

**Proposta de criação de Curso de Comércio online em Português para o
Instituto de Línguas Estrangeiras de Hunan da China**

Mestrado: Português como Língua Segunda e Estrangeira

Nome: Li wenting, Cristina

Nº aluno: 47414

Orientador: Profª Doutora Ana Maria Mão Ferro Martinho Carver Gale

Agradecimentos

Quero expressar a minha gratidão a várias pessoas que contribuíram, de forma direta ou indireta, para a conclusão deste projeto. Em primeiro lugar, agradeço à Professora Doutora Ana Maria Mão de Ferro Martinho Carver Gale pela orientação cuidadosa, nomeadamente acerca da estrutura desta dissertação, pelo incentivo e amizade.

Aos professores Luís Bernardo, Maria do Carmo Vieira da Silva e Carolina Gonçalves, pela transmissão de conhecimentos, pela orientação na minha carreira docente e pelo convívio partilhado.

Aos meus pais, pelo apoio e confiança na minha escolha de estudar no estrangeiro.

Aos meus colegas da turma Português como Língua Segunda e Estrangeira, pelo apoio e amizade.

A todos, o meu sincero obrigada!

Resumo

A educação é uma variável fundamental no processo da civilização humana, enquanto fonte e motor do desenvolvimento económico e social. No mundo atual, caracterizado por uma economia do conhecimento, o futuro e a prosperidade de um país dependem da educação, mais do que em qualquer outro momento da História.

A educação está relacionada com a qualidade de vida nacional e com o desenvolvimento económico-social de cada país. Para os indivíduos, a Educação é também essencial para a sua evolução profissional.

Crendo na relação entre educação e desenvolvimento económico e tendo em conta a especialização académica da autora, propõe-se a criação de um novo curso sobre comércio online no Instituto de Línguas Estrangeiras de Hunan que, espera-se, contribua também para a reforma do sistema de Ensino Superior chinês.

Palavras-chave: Ensino de Português; Comércio Online; Instituto de Línguas Estrangeiras de Hunan; Propostas curriculares.

Abstract

Education is very important in the process of human civilization and is the source and the motor for economic and social development. These days, as we live in an era of economy of knowledge, the future and prosperity of a country depends on education more than ever.

Education is related to the national qualification and to the socioeconomical development of each country. For the individual it also relates with the capacity of his evolution in professional career.

Trusting there is a relation between education and economic development and regarding the academic specialization of the author, we propose the creation of a new course about online commerce in the Institute of Foreign Languages of Hunan, which is expected to contribute for the curriculum development in Chinese Higher Education.

Keywords: Portuguese Language Teaching; Online Commerce; Institute of Foreign Languages of Hunan; curricular proposals.

Índice

| | |
|--|-----------|
| Introdução..... | 7 |
| Capítulo I - O atual contexto comercial e educativo da China | 9 |
| 1.1 O desenvolvimento do comércio online na China | 9 |
| 1.2 A relação do comércio online com o ensino de português da China..... | 12 |
| Capítulo 2 - Análise do mercado de emprego dos licenciados em português..... | 15 |
| 2.1 Expetativa do mercado de emprego para o português..... | 15 |
| 2.2 O mercado de emprego de português desde 2014 | 17 |
| 2.3. Os problemas existentes no mercado de português..... | 20 |
| Capítulo 3 - A disciplina de português do Instituto de Línguas Estrangeiras de Hunan (ILEH) | 22 |
| Capítulo 4 - A natureza da disciplina de comércio online no ILEH | 29 |
| 4.1 Natureza da disciplina de comércio online no curso de português | 30 |
| 4.2 Objetivos e estrutura do curso..... | 31 |
| 4.3. Recursos para professores da disciplina..... | 33 |
| 4.4. Propostas para o desenvolvimento e aproveitamento de recursos..... | 36 |
| Capítulo 5 - Criação de materiais e manuais e aplicação de metodologias específicas..... | 39 |
| 5.1. A situação atual da pesquisa do ensino do comércio online nas escolas de formação profissional..... | 39 |
| 5.2 A pesquisa e o desenvolvimento de materiais de português em escolas de formação profissional..... | 40 |
| 5.3 A criação de materiais para a disciplina de comércio online..... | 43 |
| 5.4 O processo de organização da disciplina | 44 |
| 5.5 Estratégias de ensino..... | 47 |

| | |
|---|-----------|
| Capítulo 6 - Propostas para a avaliação do curso de comércio online..... | 49 |
| Conclusão..... | 57 |
| Referências Bibliográficas..... | 59 |
| WEBLINKS | 65 |
| Anexos | 67 |

Introdução

Com a evolução da economia global, o comércio online foi-se intensificando, ao mesmo tempo que se potenciavam os seus benefícios a uma escala planetária. De acordo com dados do “iResearch”, num artigo dedicado ao comércio internacional, “o volume de negócios do mercado de compras online da China atingiu 38 mil bilhões de RMB em 2015, o que significou um aumento de 37,2% por comparação ao ano anterior, mantendo-se a taxa de crescimento estável”. Não é difícil perceber que as compras online contribuíram significativamente para o crescimento do comércio, desempenhando, de forma concomitante, um papel muito importante no desenvolvimento da economia da China em anos recentes.

No que respeita à política chinesa, recorde-se que o Presidente Xi Jinping¹ lançou uma nova estratégia de desenvolvimento económico na Cimeira do G20² realizada em Hangzhou. De acordo com o Jornal Diário de Hangzhou, o Presidente reiterou a intenção de “aproveitar a plataforma de comércio online para criar uma nova cadeia económica, com características chinesas, com excelentes consequências para o mundo”.

Dando o exemplo de Hangzhou, os líderes do Grupo de Comércio Online da cidade reagiram à estratégia presidencial, alargando as suas atividades ao centro da China, nomeadamente à província de Hunan³. A par disso, estabeleceram-se acordos de cooperação com Institutos do Ensino Superior, com o objetivo de estimular o conhecimento na área comercial no âmbito do ensino. Com a reforma do exame para entrada na Universidade⁴, o Departamento de Educação procurou que o ensino

1 Xi Jinping (1953-), é o sétimo presidente desde a fundação da República Popular da China.

2 A Cimeira do G20 reúne os ministros das finanças e os chefes dos bancos centrais das 19 maiores economias do mundo e da União Europeias.

3 Hunan é uma província no centro da China.

4 A reforma do exame para entrada para universidade foi promovida pelo Departamento de Educação.

deixasse de estar excessivamente orientado para os exames, estimulando antes a formação integral dos indivíduos, tornando as universidades e escolas de formação profissional peças fundamentais para o desenvolvimento do país.

Reagindo ao apelo do Governo chinês, o ensino superior abriu novas especialidades estreitamente relacionadas com o desenvolvimento económico-social, para adequar a formação dos licenciados ao mundo atual. No contexto do ensino de Português, destaca-se a criação de cursos no âmbito do comércio, como reflexo da tendência do desenvolvimento económico da China, sendo portanto um bom exemplo do objetivo de criação de talentos das escolas de formação profissional e universidades, após a reforma do ensino superior.

Capítulo I - O atual contexto comercial e educativo da China

1.1 O desenvolvimento do comércio online na China

A performance da economia chinesa colocou o país numa posição dianteira no panorama mundial. Embora se mantenha um país em processo de desenvolvimento e apesar da desaceleração da economia dos últimos anos sob influência do contexto mundial, o crescimento do mercado de consumo da China manteve um ritmo impressionante. Como Yu Shuigong (2016) refere no *Relatório do Desenvolvimento do Comércio Online da China*, “desde 2015, o número de compradores online cresceu três vezes mais do que em 2010” (p. 1).

As compras online estão a impulsionar o mercado de consumo da China, o que motivou a escolha da cidade de Hangzhou para organizar a reunião do G20 em 2016. Na verdade, a Exposição de Comércio Eletrónico Internacional da China⁵ fora já realizada na cidade em setembro de 2015. Na ocasião, o Secretário local do Partido declarava que “o desenvolvimento do Comércio Online ocorrera suavemente no contexto da Internet, surgindo vários líderes globais como Jack MaYun (CEO do grupo Alibaba)”⁶. De acordo com o *Índice do Desenvolvimento da Cadeia de Indústria do Comércio Online de Hangzhou*, publicado no site Xinhua pela empresa Nielsen⁷, “(...) Hangzhou tornou-se a primeira cidade em termos de quantidade de sedes e pagamento de fornecedores de partes terceiras”.

Sendo Hangzhou a terra natal da autora, ela pôde constatar como as compras e os pagamentos, até o chamar táxis online fazem parte da vida quotidiana. De facto, os dados demonstram o rápido desenvolvimento do comércio online nas últimas décadas.

⁵ Exposição criada pelo Governo da província de Zhejiang para mostrar aplicações, plataformas de pagamento e divulgar a pesquisa desenvolvida no âmbito do comércio online.

⁶ Alibaba é um grupo complexo do comércio online composto pelo Toobao, Tianmao, Ali Express, que desenvolve também negócios internacionais.

⁷ Empresa mundialmente famosa de pesquisas de mercado.

Hangzhou lidera o índice de comércio online, mas outras cidades litorais seguirão o seu exemplo de desenvolvimento, prevendo-se um progressivo equilíbrio do comércio online em outras cidades subdesenvolvidas.

Por outro lado, importa também destacar que Hangzhou (a capital da província de Zhejiang) também é o quartel-general do grupo Alibaba cujo “volume de transações no primeiro dia no mercado de ações alcançou um volume sem precedentes na história”. O Alibaba ultrapassou outros concorrentes, tornando-se o maior grupo no mercado chinês de Internet, catapultando o CEO, Jack Mayun, para o lugar do homem mais rico da Ásia com presença na lista Forbes em 2014⁸. Isso atesta a importância do comércio online na economia das cidades do litoral chinesas hoje em dia.

Com a *Electronic World Trade Platform* (EWTP)⁹ lançada no G20 por Jack Mayun, a China atraiu a atenção de todo o mundo. Vale a pena ressaltar que durante a Cimeira do B20 (Business 20, reunião dedicada ao comércio do G20), o jornal Xinlan divulgou a lista de nomes de participantes na estação de televisão e rádio de Zhejiang: “a China convidou o Presidente Executivo da Associação de Empresas Chinesas em Portugal, que vem da cidade de Wenzhou (uma cidade de negócios famosa da província de Zhejiang) e que fundou uma base sólida para uma Chinatown em Lisboa e no Porto, a assistir à Cimeira”. É óbvia a ênfase que a China dá a Portugal, enquanto parceiro económico e comercial. É do conhecimento geral que as pessoas originárias de Wenzhou, com talento para os negócios e cálculos, estenderam os seus negócios a Portugal. Assim, a presença do presidente executivo na reunião B20 procurou apresentar, de certa forma, a abertura dos países lusófonos ao comércio online chinês.

De facto, Hangzhou é só o ponto de partida no mundo do comércio online. Conversando com os alunos do Instituto de Línguas Estrangeiras de Hunan¹⁰,

⁸ Ranking muito influente criado em 1971 pela revista americana Forbes. A lista anual aponta as pessoas mais ricas do mundo, com uma estimativa do seu património líquido total em dólares.

⁹ Plataforma para o desenvolvimento do comércio online em todo o mundo, especialmente de ajuda às pequenas e médias empresas dos países em desenvolvimento.

¹⁰ Fundado em 1993, o Instituto de Línguas Estrangeiras de Hunan é o mais completo na região central da China.

chegamos à conclusão de que, hoje em dia, várias cidades registam um crescimento estável no setor. Um terço dos alunos escolhe trabalhar em empresas de entregas de pagamentos eletrónicos em Pequim ou Xangai, cidades de primeira linha na China. De acordo com a *Lista de dez cidades mais ativas do comércio online da China em 2014*, elaborada por Zhang Zhouping (2015) e publicada pelo Centro de Pesquisa do Comércio Online, “Pequim, como capital da China, é sede de várias empresas de comércio online, tais como a Jumei.com¹¹, JD.com¹² e Amazon.cn¹³”. O comércio online tornou-se um setor económico estratégico para o desenvolvimento da cidade. Para além disso, a lista atrás mencionada sublinha que “Xangai impulsou a plataforma online de vendas por atacado de produtos agrícolas, ao mesmo tempo, os cidadãos podem também comprar produtos frescos online”, revelando que o mercado online chinês está cada vez mais diversificado. Mas o autor, Zhang Zhouping, aponta naquele artigo outras cidades que estão a desenvolver comércio online, nomeadamente Shenzhen, na província de Guangdong (perto de Macau), onde também se fala cantonês.

O comércio online facilita muito a vida quotidiana dos cidadãos, simplificando o processo de negócios, com uma eficiência mais elevada e a custos mais baixos para a empresa. Ao mesmo tempo, o aperfeiçoamento do sistema online promove a abolição de fronteiras nos negócios, promovendo por essa via a globalização económica. As vantagens disso são óbvias. Por exemplo, o mercado online mudou essencialmente a forma de fazer negócios, os custos de transporte e outros custos associados a instalações físicas. O cliente comunica diretamente com o fornecedor, resolvendo problemas durante o processo de transação através da plataforma online, o que pressupõe um aumento de eficiência.

Em *Impulso do Desenvolvimento do Comércio Online para a Economia*, Tianshi (2015) aponta a maior diferença entre o comércio tradicional e o comércio online no

11 Jumei.com é uma empresa online que vende produtos de maquilhagem a preços baixos.

12 JD.com é uma empresa online que vende aparelhos domésticos, livros, etc.

13 Amazon.cn é uma empresa complexa que vende quase todos tipos de produtos, com entrega em casa.

capítulo III: “o comércio online elimina o tipo de logística real e usa a logística eletrónica, dirigindo o desenvolvimento do negócio para a informatização e digitalização”. Por contraponto à poupança de recursos humanos no setor de transporte, as empresas precisam mais colaboradores para operações de fundo.

Vejamos qual a relação do comércio online com o ensino de português praticado atualmente.

1.2 A relação do comércio online com o ensino de português da China

Usemos um exemplo simples para descrever as operações de uma plataforma de comércio online. As empresas fornecem dados à plataforma de comércio online e os clientes fazem encomendas e pagamentos online nessa mesma plataforma. Neste contexto, são necessários recursos humanos capazes de traduzir as informações dos produtos em português ou outras línguas, assim como de colaboradores no serviços de apoio ao cliente que falem português e possam assim resolver problemas que surjam no pós-venda. Ora o modo mais rápido de formar estes talentos exige necessariamente o envolvimento do ensino superior.

O ensino de português tem amadurecido nos últimos anos. De acordo com a revista *Português online* (no artigo *As Escolas do Ensino Superior de Português da China*) “entre 2012 e 2015, o número de universidades e escolas de formação profissional com a instalação de cursos de português da China aumentou de 19 a 28 e os licenciados em português chegaram a mais de 300 ao longo dos anos”. Outro facto destacado no artigo é a distribuição de institutos e universidades com oferta letiva de português: “a concentração das universidades e dos institutos de português em Pequim, Xangai e outras cidades litorais está relacionada com o desenvolvimento do comércio destas cidades”. Ou seja, o artigo reflete a grande necessidade de recursos humanos proficientes em português e outras línguas. Em seguida, analisa-se os

objetivos do ensino de português nas universidades e institutos da China.

A instalação de cursos de especialidade deve corresponder às carências do mercado de trabalho, permitindo às empresas aproveitarem as competências dos formados, ao mesmo tempo que se garante a empregabilidade dos licenciados.

Na sétima publicação periódica da revista *Ensino Superior de Português da China* (2015), o diretor do Departamento de Português e Espanhol da Universidade de Dalian, Gu Fengxiang, indicava que “o objetivo da formação de estudantes de português hoje em dia na China, além da excelente capacidade de comunicação em língua portuguesa, é de aplicarem as suas competências de português em trabalhos de tradução, sendo que os trabalhos relacionados com o comércio também importam no futuro do mercado de português”. Os conhecimentos exatos de fonética, leitura, escrita, audição e gramática de português, bem como o intercâmbio académico dos alunos e a cooperação com algumas universidades de Portugal ou do Brasil, contribuem para a crescente criação de postos de trabalho relacionados com o comércio no futuro.

Muitas vezes se ignora as mudanças registadas no mercado de emprego no momento de escolher novos cursos universitários, nos institutos e escolas de formação profissional. Apesar disso, algumas instituições já tomaram medidas para se adaptarem à mudança. Neste contexto, Luo Xiujuan, diretora da Faculdade de Línguas Ocidentais do Instituto de Línguas Estrangeiras de Hunan, referia que o curso de Negócios Comerciais devia ser adicionado à lista de renovação do curso de português em 2015.

No seguimento dos considerandos anteriores, a presente dissertação propõe a criação de um novo curso de comércio online, que cremos adequado à empregabilidade dos licenciados de português. Como referido anteriormente, o comércio online foi preponderante no desenvolvimento económico do país dos últimos anos, devendo por

isso merecer a atenção do ensino superior, no que respeita à oferta letiva.

O comércio online não se limita às compras online mas relaciona-se também com a conexão entre a China e os países lusófonos através da Internet, assumindo assim uma dimensão multicultural, o que vai ao encontro da nossa especialidade desenvolvida na Universidade Nova de Lisboa: *Português como Língua Segunda e Estrangeira*.

Capítulo 2 - Análise do mercado de emprego dos licenciados em português

2.1 Expetativa do mercado de emprego para o português

Com os crescentes contactos económicos sino-portugueses, a língua portuguesa tornou-se mais popular na China. Por isso, os cidadãos com conhecimentos de chinês e de português possuem boas expetativas de emprego. De acordo com a avaliação de Zeng (2015), a procura de talentos proficientes em português prolongar-se-á durante pelo menos cinco anos. O autor refere ainda, no artigo *Análise da Situação de Emprego da Especialidade de Português na China de 2015* publicado no site da Direção de Emprego, que “funcionários em empresas grandes e médias com investimentos nos países lusófonos e em postos relacionados podem receber um salário mensal de 10 mil a 14 mil RMB”. O aumento do nível linguístico e a experiência podem aumentar ainda mais as expetativas de progressão profissional destes indivíduos, no futuro.

De acordo com o *Ranking de Emprego dos Institutos e Universidades de Línguas* dentro do país, realizada pelo site SoHo que avalia o ensino superior, a língua portuguesa ocupa a primeira posição, ou seja, estes licenciados apresentam uma grande percentagem de empregabilidade. Segundo aquele ranking, “muitos empreendimentos que visam a internacionalização colocam enormes esperanças nos mercados da América Latina e de África”. Como estes países têm uma base económica mais baixa, as empresas chinesas possuem boas perspetivas nestas regiões. Naturalmente, a língua toma-se o primeiro problema a ser resolvido para se fazer negócios, estimulando a procura de talentos proficientes em português. Muitas empresas, ao desenharem a sua estratégia de internacionalização, enviam funcionários para formação em instituições de línguas.

Como Zeng (2015) afirma no artigo *Análise da Situação de Emprego da Especialidade de Português da China de 2015*, “hoje em dia, com a carência de talentos de português nas empresas, os graduados em português sem experiência ganham mais do que os de outras línguas”, explicando assim a razão de cada vez mais pessoas aprenderem esta língua. Aponta ainda o exemplo da Senhora Zhang, que estuda numa Instituição de Português em Guangzhou devido à “mudança contínua da procura do mercado de trabalho”. Ela fazia trabalhos de tradução de materiais ingleses mas, com o começo de projetos com o Brasil e Angola, surgiu-se a falta de recursos humanos com formação nessa língua. Muitas pessoas começam a estudar português pela mesma razão.

Por outro lado, Zeng refere o facto de “o Brasil, o reino de futebol que fala português, ser uma base importante para atrair talentos”. De facto, o Mundial de Futebol 2014 e os Jogos Olímpicos em 2016 realizados ali, atraíram muitos trabalhadores que passaram a dedicar a sua carreira ao português.

Analisado o grande potencial do mercado de português na China, atentemos nas opções de emprego dos licenciados desta especialidade. Tendo em conta a situação dos colegas de universidade e dos estudantes que a autora ensinou, os graduados escolhem sobretudo trabalhos como tradutor, investigador, professor e gerente em áreas de comércio, cultura, ensino, investigação e turismo. Para além do âmbito de emprego dos licenciados em português ser vasto, o tipo de cargos e o salário são mais elevados. Os graduados escolhem sobretudo trabalhos em três tipos de instituições: Ministério dos Negócios Estrangeiros (Departamento Internacional ou Departamento do Comércio), companhias pertencentes ao Estado e várias empresas que têm relações estreitas com os países africanos e o Brasil na área de construção de infra-estruturas e comércio.

2.2 O mercado de emprego de português desde 2014

A partir de 2014, a tendência de emprego dos licenciados em português alterou-se. Ao invés de grandes cargos em África ou no Brasil, cada vez mais pessoas escolhem trabalhar na China em empresas ou instituições mais estáveis. De acordo com a *Investigação da situação de emprego de licenciados em português em trinta empresas* (2015) realizada por Luo Xiujuan para o Serviço de Emprego do Instituto de Línguas Estrangeiras de Hunan, “a situação de emprego dos licenciados em português, principalmente nas escolas de formação profissional, está melhor do que no ano passado, registando uma pequena mudança na tendência de emprego (...) os licenciados preferem trabalhar dentro do país”.

Não é difícil descobrir que muitos trabalhos que exigem o português estão relacionados com o comércio. As plataformas online tornaram-se já o principal motor do desenvolvimento do comércio chinês e, com a sua popularização e o aumento do número de plataformas internacionais, os contactos comerciais entre a China e os países lusófonos são potenciados. Hoje em dia, o setor comercial da China alcançou a uma situação mais rigorosa, conduzindo ao fracasso de muitas pequenas e médias empresas. Mesmo neste cenário desfavorável, o mercado de trabalho relacionado com o português cresceu, o que faz com que cada vez mais alunos, até mesmo licenciados de outra especialidade, queiram compartilhar este sucesso. Prevê-se que as empresas continuem a procurar licenciados nesta área, recrutando mais talentos para sustentar o crescimento e a internacionalização dos negócios. Isto explica a razão de tantas solicitações de competências profissionais junto do ILEH. Analisemos as exigências de cada tipo do trabalho e as competências profissionais correspondentes, de acordo com o relatório de estágio de Luo Xiujuan *A investigação da situação de emprego de licenciados de português em trinta empresas em 2015*, no âmbito do grupo de pesquisa do ILEH (em anexo, pp. 69-70).

A análise dos estágios dos alunos feita por Luo Xiujuan revela que “o tipo de trabalho pode ser dividido em quatro grandes categorias: secretário para o comércio exterior, desenvolvedor de mercado, vendedor para o mercado exterior e serviço de apoio ao

cliente em português”. Isto reflete uma tendência de emprego muito voltada para as empresas comerciais. Trabalhos relacionados com o comércio exterior, mais comuns antigamente, receberam cada vez mais atenção nos últimos anos devido às características da economia atual. As empresas exigem competências para realizar operações de importação e exportação através da aplicação de plataformas de comércio online, incluindo resposta aos clientes, orçamento, contraproposta, formulário de pedido e encomendas ao armazém. Ou seja, os funcionários não só facilitam a procura do comprador, maximizando os benefícios, como também diminuem os intermediários, conduzindo a uma redução de custos, preços mais baixos dos produtos e maior eficiência da empresa, ou seja, causando uma reação em cadeia. *A investigação da situação de emprego de licenciados de português em trinta empresas* (2015) mostra claramente uma tendência de emprego que apoia a proposta de instalação dum curso novo na escola de formação profissional adaptada à procura do mercado.

Para além dos postos de trabalho atrás descritos, a investigação de Luo Xiujuan identifica outro tipo de trabalho possível para os indivíduos proficientes em português - funcionário público nos serviços alfandegários. Encontramos algumas empresas, como a Empresa do Comércio Internacional entre Fronteiras de Xangai¹⁴, que regista uma maior taxa de libertação alfandegária. Com uma cooperação sólida com a rede de transporte Expresso S.F.¹⁵, com a Amazon e uma plataforma de pagamento, também aplica os seus conhecimentos no setor do comércio online. Com a modernização do sistema de alfândegas, a criação da plataforma de comércio online internacional facilita muito a vida dos consumidores e melhora a eficiência das transações, nomeadamente através de sistemas aduaneiros online que encurtam prazos, aumentam a taxa de libertação alfandegária e, consequentemente, a taxa de importação e exportação. O sistema usado pelas empresas mencionadas atesta a necessidade de adicionar conhecimentos sobre comércio online à aprendizagem de português.

O último tipo de trabalho descrito na tabela de Luo Xiujuan é o serviço de apoio ao cliente: “na realidade, esse tipo de trabalho já inclui a necessidade de português desde

¹⁴ Empresa de comércio online internacional com autorização direta da Administração Geral das Alfândegas.

¹⁵ Empresa de transporte mais popular na China hoje em dia.

o ano passado”. Nos últimos três anos, as pequenas empresas privadas têm expandido os negócios aos países lusófonos, em parte com a ajuda do Ali Express¹⁶, um projeto em linha para o estrangeiro do Taobao (o maior site do Alibaba, com negócios de compras online, comidas *take away*, compra de bilhetes, carregamento do telemóvel e transferências bancárias, entre outros serviços), com armazéns em vários países. Esta empresa necessita de colaboradores com competências de português oral, leitura e escrita e, igualmente importante, um conhecimento básico acerca do comércio online e da Internet.

As escolhas de emprego dos alunos da Escola de Formação Profissional de Línguas são muito concentradas, com mais de 90% de licenciados a escolherem trabalhar em empresas de comércio exterior. De acordo com a investigação de Luo Xiujuan, acerca da situação de emprego de licenciados de português, “as competências exigidas para cargos profissionais incluem principalmente o conhecimento do modelo de carregamento e atualização de informação traduzida em língua portuguesa de produtos para a Internet”. Destaca-se ainda a capacidade de responder atempadamente a perguntas e consultas de clientes por e-mail em português, fornecendo uma solução, com conhecimento da requisição do cliente pela plataforma (especialmente através da Internet).

O comércio online assume um papel muito importante no mercado. Os funcionários do setor de comércio exterior foram obrigados a aprender tudo sobre as operações online. Dunhuang (2015) na sua *Pesquisa do Mercado de Comércio Online Internacional do Brasil* refere o potencial deste mercado sul-americano: “é agora o maior mercado no setor do comércio eletrónico na América Latina, paralelamente também regista um maior crescimento interno”. O autor revela ainda que o volume total do Brasil de vendas online ocupa a primeira posição do mundo, destacando que o aumento da taxa de penetração de Internet fez disparar as compras online.

De facto, este novo modelo de compras estimula o consumo. A pesquisa de Dunhuang

¹⁶ Empresa do grupo Alibaba que apoia as PME (pequenas e médias empresas), conetando-as com redes grossistas e retalhistas.

acerca das preferências dos consumidores brasileiros revela que não são só as mulheres que gostam de fazer compras online, esta modalidade já conquistou também os consumidores masculinos. De acordo com os dados da pesquisa, os brasileiros têm características próprias quando fazem compras online e adoram partilhar os artigos nas redes sociais. Esta atitude mental reflete-se na procura de funcionários que falem português e demonstra a importância de abrir um curso universitário de comércio online.

A Pesquisa do Mercado de Comércio Online Internacional do Brasil revela a popularidade de um novo modo de pagamento no país, o boleto Ebanx, com garantia de segurança e rapidez. Constatase assim que, com o desenvolvimento da Internet, o pagamento online tornou-se parte da vida quotidiana dos brasileiros. Em vez de pagarem despesas de eletricidade ou água ao banco, sobretudo os mais jovens preferem fazer o pagamento online. Este novo modo do pagamento exige conhecimentos sobre o comércio online, nomeadamente acerca do funcionamento da plataforma de pagamento, oferecendo novas oportunidades aos licenciados.

2.3. Os problemas existentes no mercado de português

Os dados apresentados até este ponto fornecem uma base sólida para o desenvolvimento do comércio online entre os países lusófonos e a China. A Internet facilita a divulgação de negócios a nível mundial, estimula a procura de trabalhadores proficientes em português e cria novas oportunidades de negócios para as empresas chinesas. Mas, ao mesmo tempo, levantam-se vários problemas como se verifica da análise do exemplo do Instituto de Línguas Estrangeiras de Hunan.

Durante a experiência de dois anos de ensino neste Instituto, a autora conversou frequentemente com os alunos que estagiaram em empresas. Alguns dos estagiários

apontaram a desadequação do curso ao mercado de trabalho, ou seja, a imutabilidade das especializações de português constitui um problema. Normalmente, após a criação de um curso, os alunos adquirem vários conhecimentos teóricos ao longo de dois ou três anos mas, quando saem da escola, a procura do mercado mudou novamente. Meros conhecimentos teóricos não ajudam os licenciados que trabalham em empresas com contactos ou presença no estrangeiro, especialmente em África.

Os licenciados que já trabalham há vários anos apontam outro problema. Como os institutos se adaptam às necessidades do mercado e apostam em especialidades com escassez de recursos humanos, o número dos licenciados em português manteve um aumento anual estável, causando violenta competição. Como resultado, os salários dos licenciados é cada vez menor, o que motiva mais licenciados em português a permanecerem na China.

Assim, do ponto de vista do mercado atual do emprego, a criação do curso adaptado ao mercado online pode ter consequências contraditórias. Apesar de tudo, a China tem uma grande base populacional que justifica a criação desta especialidade.

Capítulo 3 - A disciplina de português do Instituto de Línguas Estrangeiras de Hunan (ILEH)

A análise do mercado de emprego realizada no último capítulo demonstrou a necessidade de criação de um curso relacionado com o comércio online na China.

Voltemos agora a atenção para as universidades e institutos de línguas do país, sabendo que cada região tem as suas próprias características de especialização em português. Uma pesquisa no site *Baidu*, o maior motor de busca chinês, fornece informações sobre duas universidades de renome: Universidade de Estudos Estrangeiros de Xangai¹⁷ no sudoeste da China e o Instituto de Línguas Estrangeiras de Dalian¹⁸, no noroeste do país. Ambos os Institutos oferecem na sua oferta letiva o curso de inglês e português. O Instituto de Línguas Estrangeiras de Dalian privilegia as competências linguísticas enquanto ferramentas de comunicação, promovendo a cooperação com a Universidade Nova de Lisboa¹⁹ no formato 1+1 e 1+2, com o objetivo de formar talentos de alta qualidade com experiência de aprendizagem no estrangeiro e investigação em português. A instalação do curso de português parece-nos contudo essencialmente teórica e académica, carecendo de aplicabilidade no trabalho futuro dos alunos.

No sul do país, ao lado de Macau, a Universidade de Estudos Estrangeiros de Guangdong²⁰ faculta cursos relacionados com os negócios e o turismo. Em suma, os institutos ou universidades com maior representação na China consolidam a sua capacidade concorrencial no setor das línguas estrangeiras criando cursos distintivos.

¹⁷ A Universidade de Estudos Estrangeiros de Xangai foi fundada em 1949, sendo uma das universidades de línguas mais antigas da China e contando com mais de 22 cursos de línguas estrangeiras.

¹⁸ O Instituto de Línguas Estrangeiras de Dalian foi fundado em 1964, sendo famoso pelo intercâmbio e pela cooperação com universidades estrangeiras.

¹⁹ Criada em 11 de agosto de 1973, a Universidade Nova de Lisboa é uma universidade pública portuguesa com quase de 19 mil alunos, mais de 1700 docentes, em cinco faculdades, três institutos e uma escola superior.

²⁰ A Universidade de Estudos Estrangeiros de Guangdong é uma das universidades chave do país, com pontos fortes na combinação do setor comercial e as línguas estrangeiras.

Quanto ao Instituto de Línguas Estrangeiras de Hunan, é o único instituto de línguas na região do centro-sul, tendo criado um curso de português que procura elevar a qualidade desta especialidade.

A experiência da autora no Departamento de Português do ILEH coincidiu com o início do Projeto de Criação de Alunos de Português. Em primeiro lugar, importa sublinhar que todos os cursos do Departamento de Português do ILEH foram instalados de acordo com requisitos básicos do ensino superior para escolas de formação profissional do Ministério da Educação²¹. O curso de especialidade de Português segue assim o sistema de três anos das escolas de formação profissional.

A instalação de cursos de português no ILEH foi feita em colaboração com a Agência Internacional da China da Província de Hunan²², o grupo Zoomlion²³ e o grupo Sany²⁴ e teve a aprovação do sistema de comissões de orientação profissional daquelas entidades.

A maior parte dos estudantes do ILEH vem das províncias de Hunan e Hubei, no centro-sul da China, o que permite preparar e recrutar talentos destinados às empresas da região. Em comparação com outras universidades, os cursos do ILEH assumem características muito próprias, como resposta à reforma do ensino superior preconizada pelo Governo central mas igualmente concertados com as necessidades de emprego da região.

Os alunos podem voltar à sua terra natal depois da licenciatura para trabalharem, ajudando a desenvolver a economia local. Alguns até podem estabelecer relações de cooperação com empresas da sua cidade e outras das cidades litorais, estimulando

²¹ O Ministério da Educação é o departamento autorizado pelo Conselho de Estado Nacional para tratar dos assuntos relacionados com a educação, a nível nacional.

²² Empresa fundada em 1986, no setor do turismo internacional, funcionando ainda como agência viagens.

²³ Fundado em 1992, o grupo Zoomlion tem negócios no setor da engenharia mecânica, indústria ambiental, máquinas agrícolas, etc. Aqui menciona-se a filial em Changsha.

²⁴ O grupo Sany é uma empresa fundada em 1994, com sede em Changsha, famosa no setor da engenharia mecânica na China central.

assim a economia. Sob este princípio, o ILEH é hoje encarado como o maior instituto de línguas estrangeiras da zona central.

A revisão periódica dos objetivos e filosofias educativas do ILEH é outra importante característica da instituição, que procura formar talentos adequados às empresas e à sociedade. Antes do início de cada ano letivo, o instituto define um novo programa e formula novos cursos adequados à procura do mercado. Luo Xiujuan refere em *A Análise do Fundo de Indústria* do projeto *A criação de talentos de portugueses do ILEH* (2015) que “(...) com o rápido desenvolvimento de negócios sino-lusófonos nos últimos anos, mais empresas estrangeiras transferem os negócios para o interior da China continental, por exemplo, a província de Hunan”.

Registam-se também algumas empresas da província de Guangdong, Zhejiang, Jiangsu e Fujian que alargam os seus negócios às cidades interiores. Sublinhe-se que várias grandes empresas já aqui mencionadas (como os grupos Zoomlion e Sany) já expandiram os seus negócios a quase todos os países lusófonos, especialmente em África.

Falando sobre a procura de talentos, o grupo de pesquisa dirigido pelo vice-presidente do Departamento de Línguas Orientais do ILEH revelou que a diretora do Departamento, a professora da língua russa Luo Xiujuan visitou a Agência Internacional da China da Província de Hunan, para discutir com os líderes da Zoomlion de Changsha e da Sany a utilização de licenciados pelas empresas e a sua adaptação ao trabalho. Durante a conversa, o líder da Zoomlion apontou alguns pontos fracos dos licenciados em português em contexto de negócios, por comparação com os licenciados em inglês, nomeadamente falta de conhecimentos sobre comércio exterior.

Tendo em conta a sugestão daqueles empresários para adicionar este tipo de conhecimentos à formação dos alunos que estão a aprender português, a diretora

Luo Xiujuan propôs a criação do curso *Negócios Comerciais* no início do novo semestre. Ou seja, os ajustes nos cursos de português procuram seguir as transformações no mercado de trabalho e o feedback das empresas que mantêm laços de cooperação com o ILEH. Hoje, o curso de negócios comerciais foi cimentado, faltando contudo um curso relacionado com o comércio online.

Luo Xiujuan fez também várias propostas de reforma do projeto *A criação de talentos de português do ILEH em 2015* no site institucional. A diretora recorda que “o Instituto abriu disciplinas de português aplicável em 2011. Convidou-se os funcionários a assistirem à revisão do projeto adequando-o às expectativas de emprego, ao sistema de construção de cursos e à formação de capacidades profissionais”. Na nossa opinião pessoal, o objetivo da formação de talentos deve priorizar o desenvolvimento de competências completas e profissionais dos alunos, ao nível do atendimento de cliente, transações comerciais, tratamento de reclamações e imprevistos, etc.

Para Luo Xiujuan, a revisão dos cursos deve visar “(...) a criação de capacidades de alta qualidade através de uma equipa de profissionais, que inclua professores chineses e leitores estrangeiros (...)”. Na execução do projeto, a proporção de professores a tempo integral e a tempo parcial foi já de 1:1 em 2015.

Importa também refletir sobre a existência de infra-estruturas para o curso. Pessoalmente, defendemos como essencial a criação de salas de simulação e de informática. A cooperação com empresas a longo prazo e uma base sólida de estágios são igualmente importantes durante a prática de ensino, indo ao encontro das características do ensino de formação profissional.

Na base do projeto de criação supramencionado, depois da discussão em sede de

departamento de assuntos académicos do Instituto²⁵, está a definição dos cursos da especialidade de português como segue:

A oferta letiva do primeiro semestre deve ser composta pelas disciplinas de Fonética de português I, Português básico I, Audição de português básico I e Conversação básica I. O GPA (Grade Point Average) do primeiro semestre deve chegar a 4,5 pontos. As cargas letivas totais destas quatro cadeiras deverão ser, respetivamente: 30, 60, 30 e 60 horas no primeiro semestre.

A percentagem das aulas teóricas e práticas no primeiro semestre é quase de 2:1. Ou seja, as disciplinas têm uma carga horária semanal superior. Aqui pode ver-se claramente a ênfase do Instituto na criação de cursos bem fundamentados e variados em cada semestre.

Na tabela do projeto *A criação de talentos de português do ILEH* (2015) podemos encontrar um segundo semestre com um nível de dificuldade mais alto: Fonética de português II, Português básico II, Audição de português básica II e Conversação básica II. Em comparação com o primeiro semestre, regista-se uma diferença na distribuição de aulas, com a percentagem de aulas teóricas a (quase) igualarem as aulas práticas. Isto significa que o ILEH privilegia um processo gradual de aprendizagem. Como o ILEH é uma escola de formação profissional de línguas, com um sistema total de três anos (mais curto do que o das universidades e institutos do ensino superior), os cursos existentes de português caracterizam-se pela simplicidade, compreensibilidade e fundamento.

Finalmente, a tabela do projeto concebido por Luo Xiujuan define aulas de nível mais avançado no terceiro semestre, com Português intermédio II, Treino de tradução, Conversação comercial, Gramática e Negócios comerciais. O critério do GPA (Grade

²⁵ O Escritório de Assuntos Académicos é um departamento que trata de assuntos sobre administração do ensino e de todos os cursos do ILEH.

Point Average) fica um pouco baixo dos anteriores, porque neste semestre deve começar a avaliar-se a capacidade prática de português dos alunos. A proporção das aulas de teoria e prática neste semestre é quase de 1:2 e a carga letiva semanal diminui um pouco em relação aos semestres anteriores, para oferecer mais oportunidades aos alunos de realizarem estágios em empresas.

Pela análise do projeto, constatamos a introdução da disciplina de turismo depois de 2013, que corresponde à procura do mercado. Assim e num contexto de desenvolvimento expressivo do comércio online, adicionar esta disciplina ao curso de português adequa-se ao objetivo e ao espírito de inovação necessário às escolas de formação profissional.

Como já analisamos, o curso está organizado de acordo com um nível crescente de dificuldade. As disciplinas *Situação Geral dos Países Lusófonos*, *Operação de Computador do comércio exterior* e *Cultura de Turismo de Hunan* em português, bem como o *Treino de Tradução* e *Negócios Comerciais* revelam uma mudança face às eventuais necessidades no mercado de português. Portanto, a criação do curso de comércio online é imperativa.

Os conhecimentos sobre comércio online estão estreitamente ligados aos conceitos de Marketing exigindo, para além disso, conhecimentos sobre a Internet. Conforme as sugestões dos professores de outras línguas, a instalação do curso de Comércio Online deve ser adaptado ao nível mais alto de português, sendo equivalente ao nível B2 no exame do Centro de Avaliação de Português Língua Estrangeira (CAPLE). Pelo que, seria importante incluir esta disciplina apenas no quinto semestre, antes do estágio.

De uma maneira geral, o estabelecimento da disciplina de *Comércio Online* no curso de português segue a mesma filosofia de outras cadeiras existentes no ILEH, nomeadamente a de *Negócios comerciais*, com vista à renovação do currículo de português. O curso de *Comércio Online* beneficia o aperfeiçoamento curricular do

Instituto. O ILEH não necessita copiar os currículos existentes de outras universidades, mas desenhar cursos personalizados correspondentes à capacidade concreta de aprendizagem dos alunos. Neste sentido, a proposta de criar a nova disciplina não é uma imitação simples, tratando-se de uma inovação. O nível de dificuldade da disciplina deve ajustar-se à velocidade e grau de compreensão dos alunos, os conteúdos devem adaptar-se ao nível dos alunos das escolas de formação profissional. O objetivo é que os alunos apliquem estes conhecimentos em contexto de trabalho, mesmo que apenas uma pequena parte do conhecimento aprendido em aula esteja diretamente ligado ao português.

Capítulo 4 - A natureza da disciplina de comércio online no ILEH

Analizamos detalhadamente os problemas arrostados à instalação de cursos de português em escolas de formação profissional nos últimos anos, mostrando as desconformidades de alvos e de exigências do estudo. Como o objetivo das universidades, institutos do ensino superior e escolas de formação profissional é diferente, a instalação de cursos deve ser distinta, sem esquecer que a capacidade de aprendizagem e o nível de conhecimento dos estudantes são igualmente diversos. Contudo, ainda falta experiência no ensino de línguas minoritárias no país. Sob a premissa da falta de pesquisa sobre as escolas de formação profissional (como o ILEH), algumas escolas negligenciam a exatidão e ciência da instalação de cursos, imitando outras universidades e instituindo disciplinas avançadas para os alunos, por exemplo, aulas de intérprete ou literatura portuguesa do século XV.

Apesar de não incluir cadeiras mais avançadas de português, o ILEH criou as unidades curriculares de *Turismo cultural na província de Hunan* e *Treino de tradução chinês-português* no segundo ano. Do nosso ponto de vista, estas disciplinas são um pouco difíceis para o nível de português dos alunos e a sua capacidade de aprendizagem. Por isso, urge estabelecer disciplinas que aumentem a qualidade profissional dos alunos, desenvolvendo ao máximo as suas competências, por adequação às exigências do mercado, com materiais e conteúdos razoáveis. A criação da disciplina de *Comércio online* não deve obedecer ao ponto de vista de uma professora ou da gestão educativa, mas seguir os princípios do ensino prático. Deixamos algumas propostas factíveis nesse sentido.

4.1 Natureza da disciplina de comércio online no curso de português

A disciplina de *Comércio online* é complexa, baseando-se na sistematização do processo de trabalho e no estudo das operações do comércio online. Este curso integra conteúdos teóricos e práticos, criando capacidades especiais de português nos alunos que querem trabalhar neste ou noutro setor relacionado. É recomendável lecionar esta unidade curricular no último semestre antes do estágio, como acontece com a disciplina *Negócios Comerciais*, oferecendo uma base sólida de conhecimentos de comércio online aos alunos em ambiente real de trabalho.

Por outro lado, a cadeira deve combinar tecnologias informáticas e língua portuguesa, dando a conhecer, de uma forma genérica, o funcionamento e a estrutura do comércio online, treinando a consciência da atividade para uma possível carreira ligada ao comércio exterior, adaptado ao atual e moderno ambiente da Internet. A fim de cultivar características próprias do ILEH, com as vantagens reconhecidas à formação profissional, uma disciplina de comércio online deve, por natureza, combinar teoria e prática, visando uma aplicação real dos conhecimentos bem como a reforma do currículo do curso de português. A componente prática não é difícil, não exige um estágio específico numa empresa, bastando simular operações práticas numa plataforma do comércio online, como a Amazon e o Alibaba. Desta forma, rapidamente se avalia o efeito do estudo.

A disciplina de *Comércio Online* segue o princípio de aprendizagem para a prática e pela prática, e o conceito de aprendizagem durante a prática e prática durante a aprendizagem no processo do ensino. Ou seja, este curso possibilita a aprendizagem mútua entre professores e alunos. A escola e a empresa efetuam a formação conjunta de talentos do ILEH, focando-se: na combinação eficiente da componente relacionada com o comércio exterior e da língua portuguesa, no estabelecimento de uma plataforma de cooperação entre escola-empresas para aumentar a eficácia do ensino e na melhoria da capacidade operacional dos alunos.

4.2 Objetivos e estrutura do curso

A disciplina considera as perspectivas de carreira e o crescimento dos alunos, tendo como referência os cursos da especialidade de Negócios Comerciais de Inglês e desenvolvendo três situações de estudo progressivas: 1. Conhecimentos básicos de Internet e negócios, 2. Utilização da Internet no comércio online e 3. Capacidade Prática no setor do Comércio Online. Sob uma orientação profissional do ensino, estes três tipos de atividades serão de aplicação prática na sala de computadores do ILEH.

Os conteúdos selecionados devem satisfazer as exigências dos trabalhos que recorrem à Internet relacionados com o comércio online. A disciplina aumenta gradualmente o nível de dificuldade, do fácil para o difícil, passo a passo. A partir de conceitos básicos do “*Desenvolvimento da Internet e do Comércio Online*”, transita-se para o “*Modo de Aplicação do Comércio Online*” e “*Pagamento Online*”, até à “*Divulgação do Comércio Online*” e “*Serviço ao Cliente*”, indo do superficial ao profundo, do simples ao complicado, exercitando a capacidade profissional de português dos alunos, segundo o regime cognitivo.

Analise-se os conteúdos do ponto de vista dos objetivos do ensino, da capacidade profissional, do conhecimento e da capacidade de adaptação à sociedade.

Como Liu Yuxia (2013) refere no artigo *Comércio Online de Inglês*, publicado pela Universidade de Qinghua, “o objetivo principal desta disciplina do ponto de vista do ensino é a transmissão do conceito básico do comércio online através da leção do desenvolvimento histórico, a influência na economia nos últimos anos, a sua base tecnológica, a segurança e os instrumentos de pagamento online, etc.”. Hoje em dia, cada vez mais jovens usam o Alipay (uma plataforma de pagamento online do grupo Alibaba) ou outros modos para comprarem bilhetes de comboio, de cinema, fazerem compras online de todo o tipo de produtos, incluindo comida. Este é o objetivo de

divulgação do conceito de comércio online; analisar o processo de desenvolvimento e os princípios fundamentais do comércio online ajuda a alargar o conhecimento, estabelecendo uma base sólida para o futuro profissional dos alunos.

Liu Yuxia refere ainda, no artigo atrás citado, que “o aumento da capacidade de aprendizagem autónoma dos alunos ajuda a fundar a base da sua capacidade profissional no futuro”. O objetivo da disciplina deve assim, do ponto de vista das competências profissionais, incluir conhecimento e domínio da plataforma de comércio online em português; domínio do processo de negócios online em português; escrita na aplicação do negócio; comunicação simples com o cliente em português e conhecimento sobre os sites mais comuns de comércio online dos países lusófonos.

O objetivo da disciplina do ponto de vista do conhecimento deve ser mais profissional, se possível consultando os materiais existentes da especialidade de *Negócios Comerciais de Inglês* do ILEH e fazendo as necessárias correções, para incluir conhecimentos básicos e terminologias em português; conhecimentos teóricos básicos de comércio online; capacidade de compreensão básica de audição profissional em português; capacidade de expressão oral básica profissional em português; técnicas de leitura breve e intensiva em português; técnicas básicas de tradução para português com ajuda do dicionário e técnicas básicas de escrita profissional em português.

Por último, a disciplina exige uma renovação regular, não apenas do conteúdo e do modo de dar aulas, mas também para adaptar o currículo ao trabalho futuro dos alunos. Meng Jian (2015) refere em *A Discussão sobre a Renovação do Modo de Ensino* que “o curso do Comércio Online de Inglês ajuda os alunos a conhecerem a expectativa de aplicação do curso e, a longo prazo, estimular o seu espírito de inovação através do treino prático”. Por isso, a renovação do curso faz muito sentido: a renovação da capacidade de aprendizagem autónoma de português, a renovação do interesse na aprendizagem, a renovação das capacidades de trabalho em equipa, de comunicação e de apresentação de relatórios, a renovação da capacidade geral de aplicação de

português dos alunos e a renovação da boa ética de trabalho, estilo de trabalho consciencioso - estas cinco renovações compõem o objetivo do ponto de vista da capacidade de adaptação à sociedade.

Sintetizando os objetivos sob todos os pontos de vista e a natureza do curso, o principal conteúdo da disciplina de Comércio Online do curso de Português no ILEH deve incluir:

- a. Conceitos básicos do comércio online
- b. Apresentação breve da plataforma de comércio online
- c. Descrição de produtos e vendedores
- d. Português na propagação do marketing
- e. Comunicação durante o processo de venda
- f. Apresentação da plataforma de fundo da empresa Alibaba

4.3. Recursos para professores da disciplina

Depois da aprendizagem dos conhecimentos teóricos, os alunos devem conseguir comunicar com os especialistas nas empresas de forma a resolverem dificuldades que enfrentarão numa situação de trabalho real. Os licenciados podem aprender através da partilha de experiências no trabalho, facilitando a sua adaptação à condição de trabalhador.

A especialidade de português na China estava um pouco atrasada em comparação com outras línguas, tais como francês, alemão e inglês. Gu Kangli (2010) refere em *As características do Comércio Online de Língua Inglesa* que “a aplicação de inglês é mais vasta do que em outras línguas, as exigências do comércio exterior na especialidade de inglês são muito mais, causando várias terminologias comerciais”. Os materiais sobre comércio online de outras línguas é mais abundante e o número de

professores disponíveis parece maior, acrescentando ainda o facto da maior parte dos docentes do ILEH não serem licenciados em Universidades Normais, com formação de professor. O modo do ensino praticado é por imitação aos professores da sua universidade. Porém, este curso não se adequa ao tipo de professor imutável da academia tradicional, exigindo dinamismo e organização de atividades interessantes de ensino. A particularidade da disciplina de comércio online em relação a outras existentes no ILEH é que exige um modelo inovador de equipamentos e professores. O ideal seria combinar aulas com professores chineses, com aulas lecionadas por especialistas das empresas.

Distribuição de horas da aula

| Capítulo | Conteúdo do curso | Horas semanais | Horas totais dum capítulo |
|-----------------|---|-----------------------|----------------------------------|
| 1 | Conceito básico do comércio online | 4 | 32 |
| 2 | Apresentação breve da plataforma de comércio online | 4 | 40 |
| 3 | Descrição de produtos e vendedores | 4 | 46 |
| 4 | Marketing em português | 4 | 42 |
| 5 | Comunicação do processo de venda | 4 | 38 |
| 6 | Apresentação da operação da empresa Alibaba | 4 | 26 |

Propostas para a execução do curso de comércio online em português:

Como o conteúdo principal desta disciplina envolve capacidades básicas de audição, leitura, oralidade, escrita e tradução, é necessário usar recursos como vídeojogos, mp3, PPT e segmentos do ensino prático dependente da plataforma de comércio online, com o objetivo de desenvolver competências através do ensino multimédia.

Sugestões:

Em primeiro lugar, o projeto de ensino deve ter uma base prática na empresa. Esta disciplina deve aproveitar plenamente os recursos da cooperação entre escola-empresas - e.g. Rayan Internacional Investimentos em Angola, Lda.²⁶ - como base para a formação de talentos, adotando métodos integrados de teoria e prática. Como vários licenciados de português do ILEH acabam por trabalhar naquela empresa em Angola, podem convidar-se especialistas para fazerem palestras aos alunos. Em contexto de aula, poderá ser útil dividir os alunos em vários grupos de seis a oito pessoas, para a prática de um projeto real que estimule a capacidade de trabalho em equipa, a comunicação e sensibilização para a segurança da Internet, a capacidade de resolver problemas reais em português e de pesquisa sobre o desenvolvimento sustentável.

No que respeita à efetivação da metodologia, propomos o método de ensino de cinco passos, estimulando a aplicação prática. A partir da procura do trabalho real, dirigida à tarefa real, serão tomadas medidas do método de ensino de cinco passos, visando elevar o interesse dos alunos nos estudos.

Coloque-se a Tabela do projeto do método de ensino em anexo(o processo do ensino em seis passos)

No que diz respeito aos conteúdos, a disciplina deve estar organizada em 7 unidades. O professor atribui a tarefa na aula, identifica o âmbito de leitura e apresenta

²⁶ Empresa de comércio internacional e construção civil ligada à indústria.

conhecimentos básicos relativos a cada unidade. Cabe ao professor definir a metodologia da tarefa, comunicando-a durante as aulas, cabendo aos alunos definirem os passos de execução em grupo. Finalmente o professor define os passos finais e número de membros do grupo. Durante a execução da tarefa, os alunos devem obedecer às exigências lançadas pelo professor, devendo consultá-lo para a resolução de problemas.

Por fim, os alunos compilam os conhecimentos relevantes lecionados pelo professor e, posteriormente, o docente realiza uma avaliação dilatada de acordo com o comportamento durante a aula. Propomos que a avaliação da disciplina de comércio online seja do tipo compreensiva - levando em consideração os trabalhos realizados em aula e a simulação de situações reais, sendo digno do modelo de curso de português do ILEH - e não reflita apenas a nota de um único exame no fim do semestre.

4.4. Propostas para o desenvolvimento e aproveitamento de recursos

Para além dos conteúdos, o processo de ensino é igualmente importante em contexto de aula, exigindo-se um ensino moderno, com recurso a equipamentos auxiliares como o computador, a Internet, etc.

A utilização de diversos meios modernos de informação permite que os alunos se familiarizem com vários modos de comunicar online, nos sites de curso e blogues, por exemplo, aproveitando a Internet na sua aprendizagem autónoma. Uma tarefa possível é a realização de um modelo de micro aula (uma aula sob a forma de Comunidade de Aprendizagem Interativa com vários grupos, cada grupo definindo o seu próprio interesse) ou uma aula do Modelo Flipped (os alunos ouvem os conteúdos previamente, recorrendo aos colegas e ao professor durante aula para colocar

perguntas e verificar a aplicação do conhecimento), individualmente.

Além disso, indicam-se alguns sites de referência da aprendizagem (os links dos websites constam da bibliografia) como o da Amazon, Alibaba, Macy's (cadeia de lojas de departamento americana, foi a maior cadeia do tipo no mundo em 1924) ou do Iciba (site de tradução online e a maior comunidade de aprendizagem de inglês online):

Por outro lado, propomos a existência de equipamento fácil de instalar para o ensino da disciplina de Comércio Online. Como quatro quintos das aulas serão dadas na sala multimídia, uma sala com um computador para cada aluno ou uma sala multimídia é suficiente. As aulas remanescentes serão lecionadas na sala de computadores para aceder a sites em português e simular situações de negócio online. Propomos ainda cadeiras e mesas móveis para facilitar o ajuste do local de treino.

Yang Guoying (2013) refere no artigo *Os Novos Requisitos para Professores no Ensino do Comércio Online de Inglês*, publicado no Jornal da Escola de Educação na Província de Jilin: “(...) durante todo o processo de ensino, a participação dos alunos decide diretamente a qualidade da aula, ao mesmo tempo, o aluno também é o sujeito da avaliação de resultados”, acrescentando que, por isso, “o professor assume o papel mais importante, de guia, na aula”. Considerando este ponto de vista, o professor escolhido para a disciplina de Comércio Online deve possuir um alto nível oral de português, para a execução do ensino em duas línguas; capacidade de usar a metodologia de desenho e aplicação de projeto dirigido; ter atenção à criação de competências de português, incluindo a complexa capacidade de resolução de problemas, o pleno desenvolvimento de pontos fortes individuais; capacidade de criar hábitos saudáveis de aprendizagem nos alunos; espírito de trabalho em equipa e capacidade de pesquisa.

A exigência da velocidade de Internet é um pouco alta, para garantir o acesso à

plataforma simulada da empresa Alibaba a cada aluno durante toda a aula. Para a plataforma de fundo da operação exige-se capacidades de edição e tradução das informações dos produtos, envio e atualização de informações de produtos e informações de feedback do cliente, tais como inquéritos de satisfação e/ou situação de reclamação.

Capítulo 5 - Criação de materiais e manuais e aplicação de metodologias específicas

5.1. A situação atual da pesquisa do ensino do comércio online nas escolas de formação profissional

Cheng Qiang, vice-diretor do ILEH e responsável do Departamento de Negócios Comerciais de Inglês, aponta as principais razões do baixo nível de ensino e competências comerciais deficientes dos alunos das escolas de formação profissional no *Projeto de Criação de Talentos do ILEH* (2015). “O ensino do comércio online prático em português é muito jovem, o conteúdo de pesquisa ainda permanece estéril”, por outro lado, “a situação básica dos alunos constitui um grande desafio para o ensino do comércio online prático. Algumas perguntas e respostas nos materiais e apresentações antes da aula não são suficientes para resolverem o problema”.

Na realidade, a falta de materiais apropriados sobre o assunto constitui o maior desafio, sendo necessário criar materiais e um manual em português. A experiência empírica no ILEH e as experiências compartilhadas pelos professores do Departamento de Inglês apontam que os problemas são causados, em primeiro lugar, pela "juventude" das escolas de formação profissional (criadas muito recentemente em relação às universidades e institutos), a falta de experiência e as exigências excessivas da sociedade em relação aos alunos. Segue-se a falta de materiais de treino específicos e um sistema de avaliação efetiva da capacidade de negócios usando uma língua estrangeira. Por último, a inexistência de formação sobre o comércio online nos cursos de português resulta do desconhecimento acerca das exigências mais recentes das empresas aos licenciados.

Esta disciplina segue o princípio de “índice teórico e treino central” durante o processo do ensino, significando que, no início do curso, o professor deve apreciar os

conhecimentos teóricos e, no final do mesmo, deve avaliar a destreza prática em computador.

Sendo a aula de *Comércio Online* complexa, para elevar a capacidade prática dos alunos devem tomar-se medidas de ensino de audição, oralidade, leitura e escrita. Os professores, com fundamento na sala de aula, aproveitam a repetição do conteúdo ensinado para fazerem notas nos materiais dos pontos chaves, ajudando assim os alunos a aumentarem as suas competências.

Tendo em conta as características da especialidade, que se quer iminentemente prática, o ensino deve ser aberto, aplicando-se métodos de ensino de uma forma e com conteúdos flexíveis, de acordo com as especificidades dos alunos. Encontrar interesses relacionados com o estudo, através de conteúdos orais e práticos apropriados, ajudam ao enriquecimento linguístico e à sensibilidade linguística.

Os professores e a escola devem refletir sobre uma série de problemas surgidos no ensino prático, propondo algumas medidas para garantir um progresso global. Por enquanto, algumas ideias de investigadores do ILEH assumem-se como uma referência importante para esta dissertação.

5.2 A pesquisa e o desenvolvimento de materiais de português em escolas de formação profissional

Na China, não existem ainda materiais e manuais de português específicos para as escolas de formação profissional. A maior parte das escolas usa materiais e manuais desenvolvidos pelas universidades ou, em alternativa, materiais/manuais escritos pelos seus próprios professores. Sendo necessário materiais perfeitamente adaptados aos conteúdos desta disciplina, seria inaceitável usar materiais de outros institutos;

por exemplo, os materiais de *Negócios Comerciais em Português* usados no Instituto de Línguas Estrangeiras de Jilin²⁷ não se coaduna com o nível de português dos alunos do ILEH, pelo que a sua utilização traria consequências negativas a longo prazo. Embora a equipa de docentes da disciplina de *Comércio Online* seja ainda muito jovem e com escassa experiência de ensino, adota a responsabilidade de redigir os próprios materiais e manuais, que correspondam à capacidade de aprendizagem dos alunos.

Uma vez que o ILEH abriu o curso de *Comércio Online em inglês* em 2014, podemos fazer uma análise comparativa, com o auxílio de uma professora daquela especialidade. Acreditamos que seria útil combinar materiais com a equipa de inglês, adicionando os conteúdos desejados pela especialidade de português, nomeadamente conteúdos acerca do desenvolvimento da economia dos países lusófonos, etc. Sobre a primeira versão do material do *Comércio Online* em português, planeamos elaborá-lo em conjunto com outra professora da especialidade de Comércio Inglês que possui bastante experiência.

Analise-se as vantagens e desvantagens dos materiais e manuais existentes no curso de Comércio Online da língua inglesa do ILEH. Da análise deste material constata-se algumas desvantagens na distribuição dos conteúdos. Por outro lado, os materiais em inglês apresentam pontos fortes nomeadamente no que respeita à consistência dos temas, que são bastante completos. Por exemplo na Unidade 1, quando se fala do significado do comércio online, não só se explica os detalhes desta modalidade de comércio mas também se estudam pontos gramaticais, conjugado a compreensão de conhecimentos comerciais com a prática da língua estrangeira. Para além de conceitos básicos do comércio online, os objetivos da formação passam por estimular a proficiência em inglês num ambiente extensivo empresarial, preparando os alunos para conduzir uma reunião e fazer o respetivo relatório, por exemplo. No que respeita

²⁷ Instituto chave no ensino de línguas da província de Jilin, no noroeste da China, com mais de 15 línguas estrangeiras. O instituto criou o curso de português em 2008.

ao curso de português, a utilização direta de materiais e manuais de comércio online em inglês não se adequa à realidade lusófona, já que o nível de conhecimentos dos alunos das escolas de formação profissional não é muito alto, sendo necessário reforçar a sua capacidade prática e de comunicação.

Quanto às vantagens do ponto de vista da prática, os materiais do *Comércio Online* em Inglês têm uma relação direta com os futuros empregos dos alunos, na medida em que foram pensados para satisfazer as exigências profissionais. Terminada a licenciatura, os alunos não só podem usar o que aprenderam em contexto real, como podem testemunhar o desenvolvimento deste curso no futuro. Por exemplo, na Unidade 4, quando se alude ao conceito de business to business (B2B), explica-se que as operações das empresas modernas, “não se concentram só na venda online entre empresas, mas também se concentram noutros negócios comerciais”. Estes materiais caracterizam-se ainda pela complementaridade, adicionando conhecimentos científicos do curso de comércio online. Isto verifica-se na Unidade 5 do manual de Comércio Online de Inglês, quando soma o “comércio exterior e negócio comercial à lista dos conhecimentos de histórico-culturais para melhorar a competência linguística dos alunos”, o que expressa a criteriosa seleção de materiais deste curso.

Usando como referência os materiais usados na disciplina de comércio online de inglês, procurando explorar as suas vantagens e minimizar as desvantagens, deixamos algumas sugestões para o material em português nos pontos seguintes.

5.3 A criação de materiais para a disciplina de comércio online

Existem três princípios que devem orientar a escolha de materiais e manuais para serem utilizados na disciplina de comércio online de português: praticidade, desenvolvimento gradual e complementaridade.

Em primeiro lugar, a praticidade diz respeito à escolha de material com relação direta ao trabalho, que satisfaçam necessidades profissionais práticas. Por exemplo, quando o professor está a explicar o conceito de B2B, é recomendável procurar empresas de comércio online que usem este modelo de negócios. Ao mesmo tempo, será necessário colocar informação sobre empresas e produtos na rede informática da escola para os alunos explorarem em contexto de aula.

O desenvolvimento gradual significa que os conhecimentos aprendidos na aula de comércio online conseguem ser aplicados na prática, sendo ainda passíveis de serem aprofundados e expandidos. De facto, devem tornar-se um sistema completo, refletir o regime de desenvolvimento futuro deste curso e também combinar a capacidade de aprendizagem com o estímulo à autonomia dos alunos. Por exemplo, quando o professor introduz o conceito de dinheiro eletrónico, pode aproveitar situações concretas de utilização, por exemplo nos transportes.

A última característica é a complementaridade. Embora a disciplina de comércio online exija materiais especiais em português, não é uma disciplina das ciências sociais e humanas, tampouco de gestão, os conteúdos principais devem ser apresentados em português e inglês. Neste ponto, é recomendável concertar a disciplina com os conhecimentos na cadeira de comércio exterior e com os pontos gramaticais da língua portuguesa em estudo. Por exemplo, na Unidade 13 do manual de Comércio Online de Inglês, Cheng Qiang refere que o “cheque eletrónico será um sucesso porque satisfaz a necessidade real do mercado de comércio online”. Aqui pode explicar-se o uso do verbo “satisfazer” na gramática portuguesa.

5.4 O processo de organização da disciplina

Os capítulos do curso de comércio online podem ser divididos em quatro partes: descrição geral de conhecimentos, exercícios em aula, trabalho para casa e avaliação. Como referido anteriormente, os conteúdos devem ainda adequar-se às competências profissionais e tarefas concretas no âmbito do comércio online: conceitos básicos, análise de exemplos, extensão do conteúdo, exercícios em aula (no computador) e trabalhos de casa.

Os conhecimentos básicos de cada unidade relacionados com o comércio online podem ser um pouco aborrecidos e áridos, pelo que o professor deve indicar claramente os conteúdos através de exemplos práticos, para facilitar a compreensão.

Na análise de exemplos não deve incluir-se apenas exemplos positivos, mas também casos negativos que provoquem a reflexão. Os alunos podem compreender temas mais profundos e complexos através da comparação.

A extensão dos conteúdos segue-se à análise de exemplos e pretende estimular o pensamento independente dos alunos, tendo em conta a sua vida quotidiana e experiência pessoal com o comércio online. Por exemplo, ao abordar as vendas online, se o professor adicionar um *login ID* na identificação de um vendedor real, o ensino pode assumir um carácter muito prático.

Os exercícios no computador são fundamentais na medida em que a disciplina é iminentemente prática. Os exercícios simulam situações reais na plataforma das empresas Alibaba e Amazon no sentido de realizar aprendizagens mais diretas dos conhecimentos abstratos.

O trabalho de casa diz respeito à aprendizagem por transferência de conhecimento. Os alunos poderão ter que pesquisar conteúdos adicionais na Internet em conformidade

com a teoria introduzida em contexto de aula. No início da aula seguinte, devem fazer uma apresentação breve da informação que reuniram.

Abordada a organização do curso do ponto de vista da gestão do ensino, analisemos a distribuição concreta dos conteúdos. Tomando por referência os conteúdos do manual de comércio online de inglês, fizemos algumas alterações para o adaptar à língua portuguesa, sendo o tema central de cada unidade como segue:

O título da Unidade 1 é “Conceito básico do Comércio Online”, onde se apresenta o significado do comércio online, o desenvolvimento da Internet e desta modalidade de comércio e a sua aplicação.

Na Unidade 2 faz-se uma apresentação breve das plataformas de comércio online, incluindo a teoria de operação da plataforma, a influência e a função do comércio online, com exemplos reais de operações da plataforma Alibaba, Amazon, etc.

Na Unidade 3 descrevem-se produtos e vendedores analisando, em primeiro lugar, o tipo de produtos comercializados online e também o papel dos vendedores. Na análise dos exemplos reais deve considerar-se as operações do ponto de vista do vendedor e do comprador, recorrendo porventura ao site Taobao (maior site de compras online do grupo Alibaba) para facilitar a compreensão de conceitos teóricos.

A Unidade 4 aborda essencialmente o português na estratégia de marketing e deve ser desenvolvida em conformidade com a prática linguística. Depois de se apresentarem os componentes básicos do marketing, transmitem-se conhecimentos específicos do marketing aplicado ao setor do comércio em português, sendo útil ensinar a redigir um e-mail de negócios, relatórios de uma reunião, etc. Exemplos de marketing em português ajudarão os alunos a apropriarem-se do conhecimento.

A Unidade 5 sublinha a importância da comunicação durante o processo de venda.

Como a maior parte dos licenciados começarão por trabalhar nos serviços pós-venda, o papel da comunicação durante a venda e pré-venda devem ser reforçados durante o curso.

Como já mencionamos anteriormente, o grupo Alibaba influencia todo o desenvolvimento do comércio online da China, logo a sua atividade será apresentada na Unidade 6, incluindo os modos de operação e o processo de pagamento online praticado. Ao mesmo tempo, será analisada a evolução das operações durante todo o percurso do grupo.

Por fim, a Unidade 7 traça o percurso de desenvolvimento do comércio online entre a China e os países lusófonos. É recomendável analisar o índice e o processo de desenvolvimento do comércio online em Portugal. Pode ainda fazer-se referência comparativa ao exemplo do Brasil, indicando o índice do comércio online no país e a tendência de desenvolvimento prevista para o mercado online nos próximos anos.

A edição dos materiais deve ser em português, inglês e chinês, já que as três línguas facilitam a aquisição exata de conhecimentos e a pesquisa de dados em língua inglesa. Por outro lado, os professores devem preparar powerpoints para cada aula, colmatando desta forma a falta de manual em livro.

A impressão dos materiais deve seguir os critérios do ILEH. Se o material da disciplina de comércio online de português receber feedback positivo, o Instituto pode editá-lo, para possível aplicação em outras instituições do país. Mas o objetivo de curto prazo é apenas a sua utilização no ILEH, sendo necessária uma redação gradual do professor em cooperação com leitores estrangeiros, para correção de erros gramaticais. Para a implementação do curso, será necessário a codificação do mesmo por parte do Escritório de Assuntos Académicos do ILEH, enquanto o material respetivo deve ser classificado por um professor com título de nível nacional.

5.5 Estratégias de ensino

É recomendável usar metodologias distintas para transmitir conhecimentos diferentes em conformidade com os conteúdos teóricos definidos. Os principais métodos a usar durante o processo de ensino, consoante as características de cada unidade, são descritos de seguida:

a) Combinar teoria e exemplos práticos

Esta metodologia é usada ao longo de todo o curso, estimulando o interesse dos alunos por forma a aumentar a capacidade de compreensão. Conceitos abstratos tais como carteira eletrónica, certificado digital, etc, que aparecem na Unidade 1 podem ser um pouco difíceis de entender, mas utilizando esta metodologia dá-se importância à aplicação prática em detrimento da teoria.

Na Unidade 2, quando se descrevem de produtos e vendedores, pode dar-se alguns exemplos de pessoas bem-sucedidas no setor (como Jeff Bezos ou Jack Ma) ou mesmo exemplos da vida quotidiana, como o site 58, um site chinês de vendas em segunda-mão, encorajando os alunos a assistirem às atividades de compras online no site.

b) Discussão conjunta com os alunos

O motivo principal desta metodologia é mobilizar o entusiasmo dos alunos, transformando o negativo em positivo. Em comparação com aulas teóricas e expositivas, os alunos que podem debater os temas e partilhar as suas próprias experiências registam uma aprendizagem mais efetiva. Deve tomar-se por referência o tipo de aulas praticado em institutos e universidades estrangeiros, como a Universidade Nova de Lisboa, onde os alunos participam ativamente.

Por exemplo, no início de cada aula pode reservar-se cinco a dez minutos para os alunos discutirem notícias e *hotspots* sobre comércio online, apresentarem exemplos

que conhecem ou compartilharem experiências pessoais, por exemplo de uma compra online que realizaram.

c) Prática da formação integral

Após a aprendizagem de uma unidade, há aulas práticas na sala de computadores para auxiliar a compreensão cabal da teoria correspondente. O exercício pode incluir visitas a sites de comércio online famosos e pesquisa de informação nova.

Por exemplo, os alunos podem visitar sites para conhecerem o processo de compras online do ponto de vista de novos utilizadores. Na segunda vez, os alunos poderão visitar os sites assumindo a identidade de vendedores, com uma conta fictícia de navegação na plataforma Alibaba ou outra.

A concretização da disciplina de comércio online em português combina as metodologias descritas e o contributo pessoal do professor. Suscitado o interesse dos alunos, funda-se uma base sólida de ensino, facilitando a autonomia de aprendizagem e a aplicação de conhecimentos ao trabalho prático, na resolução de problemas reais.

Capítulo 6 - Propostas para a avaliação do curso de comércio online

A avaliação da disciplina é decidida em concordância com os objetivos curriculares, os conteúdos do ensino e as competências profissionais dos alunos, recorrendo a três métodos: exame escrito, nota dos trabalhos de casa e percentagem de presenças.

A avaliação dum curso deve ser dialética, dirigida não só aos alunos mas também aos professores. Por isso, o método de avaliação inclui um modelo de avaliação ao aluno e um modelo de avaliação do efeito do ensino dirigido ao professor.

O modelo de avaliação ao aluno inclui um exame escrito, que deve ser um formulário fechado, e a avaliação de competências profissionais. Ou seja, a avaliação do curso não deve depender exclusivamente do exame final, mas assumir um carácter multidimensional que inclua uma ponderação do progresso do aluno e das tarefas realizadas por ele. Os alunos podem escolher as tarefas livremente, de acordo com os seus interesses e características pessoais; o tipo de tarefa e nível de dificuldade deve adequar-se às capacidades individuais. Os exercícios de extensão dos conteúdos estimulam a capacidade de aprendizagem autónoma e o pensamento criativo. O resultado da avaliação é desta forma humanizado, voltado para a resolução de problemas, aumentando a iniciativa dos alunos. Através do cronograma do projeto e conclusão da tarefa estima-se o efeito da aprendizagem, permitindo ao professor comentar e dar feedback acerca da aprendizagem.

Este sistema de avaliação multidimensional considera o domínio dos conhecimentos, a aplicação de competências profissionais, capacidade pessoal, trabalho em equipa, aprendizagem autónoma e pensamento inovador, procurando assim elevar a qualidade integral dos alunos.

O modelo de avaliação do ensino deve considerar a avaliação das capacidades de aplicação prática dos alunos, de análise e de resolução de problemas, considerando ainda se estimulou o envolvimento dos discentes.

A avaliação da disciplina de Comércio Online em Português, de acordo com a nossa experiência de ensino de português no ILEH, pode receber diferentes sugestões (de alunos, docentes, investigadores, empresários) acerca do modo e critério da avaliação do curso, sobre os temas de cada unidade e sobre a avaliação, sugestões para o desenho da avaliação dos alunos.

Os critérios de avaliação dos alunos devem ser divididos em três tipos: avaliação do processo, avaliação do exame escrito final e avaliação das presenças. A avaliação do processo pesa 20% na nota final e inclui a avaliação de competências profissionais, grau de conclusão de tarefas em aula e capacidade de trabalho em equipa. A percentagem do exame final é de 60% da nota final e pretende avaliar a capacidade de utilização de português profissional e proficiência linguística. A assiduidade conta 20% da nota final e inclui a participação e a percentagem de presenças.

A avaliação do processo deve incluir a simulação de situações reais em português, jogos de competição de memória do vocabulário, elaboração de publicidade em português B2C ou C2C, apreciação de produtos e exercícios de tradução, assim como o projeto final de elaboração de curriculum vitae (CV) e entrevista de emprego em português.

a) Do ponto de vista dos conteúdos, a avaliação deve, em primeiro lugar, ser composta por simulações em sala de aula, tarefa que deve ser realizada em grupo imitando uma situação real, para aumentar a capacidade de aplicação de português e estimular a formação do pensamento em português.

A avaliação inclui também pequenos jogos de memorização de vocabulário. Através

dos exercícios em aula, os alunos manejam o método básico de memorização de vocabulário. Acreditamos que este exercício em particular permite aos alunos interiorizarem facilmente vocabulário aborrecido e profissional.

Com a avaliação do projeto de publicidade em português *business to business* (B2C) ou *consumer to consumer* (C2C), os alunos revêem conhecimentos básicos já aprendidos em aula através da aplicação a um modelo de comércio online. O lançamento da publicidade e anúncios feitos pelos próprios alunos estimula o interesse na aprendizagem, criando ainda uma oportunidade de apresentação oral em português.

A avaliação do projeto de apreciação de produtos e exercícios de tradução ajuda igualmente a acrescentar interesse na aprendizagem, apoia o domínio técnico básico de tradução para português, aumenta a confiança e sentimento de realização dos alunos na aprendizagem de português através da leitura e seleção de produtos de tradução excelentes.

Por fim, a avaliação do curriculum vitae e entrevista de emprego em português estimula a aprendizagem de conhecimentos e técnicas de escrita comercial mais comuns, preparando os alunos para a futura carreira profissional e criando oportunidades de aplicação de português depois da licenciatura (através da entrevista de emprego).

b) Tendo em conta os objetivos curriculares, a avaliação inclui projetos de simulação de situações reais em português para treinar técnicas básicas de expressão oral de português profissional, comunicação simples com clientes e trabalho em equipa.

Através de jogos de memorização de vocabulário cultiva-se o domínio de termos básicos e terminologia em português profissional relacionados com o comércio online, domínio técnico de recordação de vocabulário e conhecimento de várias marcas em

português.

O projeto de elaboração de publicidade em português B2C ou C2C - anúncios pequenos, de acordo com os princípios simples de comércio online - permite aos alunos consolidarem conhecimentos teóricos, dominarem as técnicas de comunicação online com clientes, de comunicação oportuna e capacidade de fazerem apresentações orais, desenvolvendo o trabalho em equipa e elevando a sua capacidade de iniciativa.

O projeto de apreciação de produtos e exercícios de tradução apoia o domínio de técnicas básicas de tradução em português profissional, a aplicação geral de português, estimulando hábitos de trabalho metódicos e sérios. Ao mesmo tempo, melhora a sua tradução de chinês para português através da apreciação de traduções bem-sucedidas.

Por último, o projeto de elaboração do curriculum vitae e entrevista ao emprego em português treina a conclusão de tarefas de escrita comercial, permitindo ao professor colmatar a falta de experiência através do CV feito à mão. Ao compreenderem com antecedência algumas perguntas habituais numa situação de entrevista, os alunos melhoram a sua própria competência profissional.

c) A avaliação do projeto, dos conteúdos e das competências profissionais pode, de igual forma, passar pela simulação de situações reais em português. Os alunos organizam-se voluntariamente em grupos de seis a sete elementos para a simulação em língua portuguesa que pode versar temas como a vida diária na universidade; experiência de aprendizagem de conhecimentos da especialidade; publicidade ou telenovelas em português; experiência de compras online, etc. O conteúdo deve ser saudável e positivo; cada aluno deve falar mais de seis frases com o apoio de equipamento multimédia ou de outro tipo, num total de cinco a oito minutos por grupo.

No exercício de memorização de vocabulário, cada grupo deve usar material limitado entre 30 e 45 minutos sendo avaliada a capacidade de audição, oralidade, leitura e escrita.

No projeto de elaboração de publicidade B2C ou C2C solicita-se aos alunos que redijam publicidade em português para os produtos da própria loja online de um site português, estático ou dinâmico. Para a apresentação deste trabalho, cada grupo deve incluir dois ou mais colegas. O tempo para conceção da publicidade é de 30 a 40 minutos, enquanto o tempo de apresentação não deve exceder 3 a 5 minutos, podendo realizar-se numa empresa com laços de cooperação com o ILEH.

A apreciação de produtos e exercícios de tradução de materiais permitem aplicar técnicas de tradução em chinês e português, incentivando a tradução inovadora. No fim de cada aula, os professores devem apresentar de produtos extraordinários selecionados, acrescentando os seus comentários.

Por último, os alunos devem redigir o seu CV em português de acordo com a sua própria situação ou simular uma entrevista em português. No final da aula, o professor deve comentar o CV e a entrevista dos alunos.

d) Do ponto de vista do processo de treino, nas simulações de situações reais em português pede-se que os alunos se organizem voluntariamente em grupos, com confirmação do delegado de turma. Cada grupo define um capitão e vice-capitão para planear o trabalho do grupo. No fim do semestre, será apresentada a simulação de um grupo semanalmente, devendo os outros colegas e o professor colocar perguntas. Depois de todas as simulações, o melhor grupo selecionado pelos alunos é premiado.

A competição de vocabulário ajuda a explicar o método de memorização pelo professor, permite definir material neste âmbito (de vocabulário técnico) e estimula a discussão do grupo no sentido de descobrir métodos de memorização. Antes de cada

aula, o professor pode fazer um ditado para recordar o vocabulário.

A elaboração de publicidade em português deve ter um tema bem delimitado. Desenhados os produtos, os alunos de cada grupo tomam medidas para os apresentarem, propondo um modelo de comércio online e publicitando o produto.

A apreciação de produtos e exercício de tradução revela a capacidade de tradução de materiais diferentes e exige uma explicação apropriada do trabalho dos alunos. Depois da aula e comentados todos os trabalhos, os melhores produtos são entregues à escola. Durante as aulas, o professor pode também recomendar algumas leituras selecionadas de produtos de qualidade em língua portuguesa.

Finalmente, a elaboração do CV e simulação de entrevista de emprego em português ajuda à interpretação dos pontos críticos no português de alunos e à seleção de um modelo de CV. O professor define a lista de participantes na simulação de entrevista conforme nota final do curriculum vitae de cada aluno. No final deste projeto, o professor simula uma situação da entrevista em português para os alunos sentirem a atmosfera real de uma futura entrevista.

e) Do ponto de vista do desenho da avaliação dos alunos, a avaliação inclui o conteúdo da simulação em português, com o requisito da exatidão da pronúncia do aluno em português, concordância aos costumes e expressões portuguesas e o grau de intensidade da imitação por contraponto à realidade.

A avaliação do projeto de competição de memorização de vocabulário considera a exatidão do vocabulário em português e o grau de participação na atividade. A avaliação deste projeto pelo professor deve ser dividido na língua chinesa e língua portuguesa.

Por outro lado, o projeto de elaboração de publicidade em português considera a

exatidão da pronúncia de português durante a apresentação, o resultado geral da publicidade e o contributo pessoal na atividade do grupo.

A avaliação do projeto de apreciação de produtos e exercício de tradução considera a exatidão da tradução e os seus pontos inovadores.

Finalmente, a avaliação do projeto de elaboração de CV e entrevista de emprego em português analisa a exatidão da informação pessoal em português, a apropriação e inovação do CV e se as expressões usadas na entrevista são corretas.

f) Quanto aos critérios de avaliação dos alunos, deve privilegiar-se o projeto de simulação de situações reais em português, sendo o critério mais importante a compreensão geral dos conteúdos. A nota final de cada membro do grupo deve ser igual.

A avaliação do projeto de competição de vocabulário considera o conhecimento do significado do vocabulário e frases em português. A nota final é definida pela nota média dos membros do grupo.

No projeto de elaboração de publicidade em português, o critério mais importante é a compreensão dos conceitos subjacentes, seguindo-se o grau de participação na atividade de grupo.

A avaliação do projeto de apreciação de produtos e exercício de tradução analisa a exatidão de tradução de português para chinês. Uma vez que a língua chinesa e a língua portuguesa possuem ritmos próprios, a rima da tradução também prova o nível linguístico dos alunos. A ortografia correta é o outro critério de avaliação.

Por fim, a avaliação do projeto de elaboração de curriculum vitae e entrevista de emprego em português dá importância à exatidão e estética do CV e à exatidão da

expressão oral dos alunos. A maior tarefa durante toda a entrevista é a capacidade de responder às perguntas dos entrevistadores, aumentando a sua capacidade de reagir perante novas situações.

A nota final do semestre, em percentagem, é calculada com base = trabalho de casa (apresentação em aula + tarefas de operação no computador)* 20% + exame escrito final * 60% + presenças * 20%.

Comentário e feedback do ensino do professor

Outro professor do curso de português do Departamento de Línguas Ocidentais do ILEH aplica um inquérito por amostragem para testar o processo do ensino habitual, avaliando por exemplo se o professor distribui e corrige os trabalhos de casa ou se faz registo das presenças dos alunos.

Os professores dos outros departamentos que têm experiência suficiente, tais como do Departamento do Negócios de Inglês, tecem comentários e avaliam 30% dos alunos da turma selecionados aleatoriamente.

Finalmente, os resultados do exame devem ser divididos em quatro escalas:

90 ou mais pontos: Excelente

Mais de 80 pontos: Bom

Mais de 60 pontos: Aprovado

Menos de 60 pontos: Desaprovado

Conclusão

O comércio online transformou o mercado de consumo da China nos últimos cinco anos, não só por popularizar as compras online entre os cidadãos, mas também por assentar num novo modelo de consumo e negócios. O comércio online estimula necessidades novas mais fácil e eficientemente e o interesse mútuo entre ambas as partes do negócio. De acordo com os dados internacionais do comércio online, os produtos chineses chegam a mais de 68 países em todo o mundo, e as cidades de segunda e terceira fila (mais pequenas e menos desenvolvidas do que as líderes económicas do país) promovem, em grande medida, o desenvolvimento económico da China através do comércio pela Internet.

Tendo em conta o contexto de emprego dos licenciados em português nos Institutos de Línguas Estrangeiras, a criação do curso comércio online tornou-se uma tendência inegável. Do ponto de vista da política de educação, a criação deste curso corresponde ao objetivo de inovação e reforma do ensino superior nacional; do ponto de vista dos licenciados, o lançamento do curso relaciona-se com a procura de talentos técnicos de qualidade e com a adaptação às empresas de comércio exterior e alfandegárias; do ponto de vista dos Institutos superiores de línguas estrangeiras, o curso visa a formação de talentos avançados que conheçam bem a natureza do trabalho e se adaptem à mudança. Do ponto de vista dos professores de português na China, o lançamento de curso contemporiza com a filosofia de combinar teoria e prática, num contexto de didática aplicada, dando importância aos alunos e não à acumulação de conhecimentos teóricos.

Esperamos que a criação deste curso no ILEH se torne um bom exemplo para outros Institutos. O princípio da educação não se esgota na formação de elites, ajustando-se à estrutura económica e ao progresso tecnológico.

Embora a nossa experiência de ensino ainda seja muito pouca, confiamos no grau de aceitação dos alunos e possuímos algumas noções de gestão do ensino do ILEH, pelo que desejamos perseguir uma carreira no ensino, na crença de que poderemos dar um contributo significativo para o ILEH e para a formação dos jovens chineses que apostaram no português. Apesar das dificuldades em concluir a presente dissertação, se uma pequena parte das sugestões aqui apresentadas forem consideradas será uma vitória para a autora.

Referências Bibliográficas

Benson, P. & Voller, P.. *Autonomia e Independência na Aprendizagem de Línguas* [M]. Londres, Longman, 1997.

Cai Ji Gang, *Pesquisa da Reforma do modo do Ensino Superior de inglês*, Xangai, Imprensa de Universidade de Fudan, 2001.

Cai Wei, *A aplicação e pesquisa do material da escola*, Jiangsu, Imprensa do Ensino de Jiangsu, 2012.

Cheng Mingming, *A Situação do Comércio Online de Hangzhou ocupa 1ª da China*, Hangzhou, Imprensa da Educação de Zhejiang, outubro de 2015.

Cheng Qiang, *O Material do Curso de Comércio Online de Inglês*, Changsha, Instituto de Línguas Estrangeiras de Hunan, 2013.

Dong Wei e Fu Xuli, *Investigação da sala Multimídia de Inglês do Ensino Superior sob a orientação do construtivismo*, Pequim, Imprensa de Línguas Estrangeiras, página: 8-14, 2004.

Dunhuang, *Análise do mercado do Comércio Online entre fronteiras do Brasil*, Pequim, 2015, Capítulo II, Capítulo V, Capítulo VII.

Fang Cheng, *Conhecimento básico do comércio online de segunda edição*, Pequim, Imprensa de Indústria Electrónica, 2008.

Gu Fengxiang, *O Ensino Superior de Português da China*, sétima publicação

periódica, Dalian, Imprensa de Universidade de Dalian, 2015.

Gu Kangli, *As características do Comércio Online de Língua Inglesa*, Nanquim, Instituto de Xiaozhuang de Nanquim, 2010.

Hao Jiangqiang, *Pesquisa da estratégia de ensino em escolas de formação profissional [D]*, Hebei, Imprensa de Universidade Normal de Hebei, 2008.

Hedge, T. *Ensino e aprendizagem na sala de aula [M]*. Oxford: OUP, 2000.

Holec, H. *Autonomia e Aprendizagem de Línguas Estrangeiras [M]*. Oxford: Imprensa de Pergamon, 1981.

iResearch, *A Tendência e o desenvolvimento do mercado do comércio entre fronteiras da China*, Pequim, 2016, Capítulo I.

Jin Shuang, *Os Problemas aos alunos de português de Escola de Formação Profissional da China*, Nanchang, Imprensa do Ensino e Pesquisa de Línguas Estrangeiras, 2016.

Joanne E. Oxley, Bernard Yeung, *Prontidão do comércio online: Ambiente institucional e competitividade internacional*, Michigan, Imprensa de Universidade de Michigan, Volume 32, pp.705–723, dezembro de 2001.

Lee Icy. *Apoio à maior autonomia na aprendizagem de línguas [J]*. Jornal ELT, 52/4: página: 282-290, 1998.

Li Shichun, *A diferença principal entre material da escola e curso da escola*, Wuhan, Imprensa de Gestão do Ensino da China, 2006.

Liang HaiTao, *O material de escola profissional da especialidade i.e. de depende à cooperação da escola e empresa da escola de formação profissional*, Pequim, Imprensa Fórum do Ensino Superior, 2012.

Liang Wei' & Xu Chunjing, *Proposta para o desenvolvimento do material da escola de formação profissional*, Pequim, Imprensa de Economia Comercial, 2008.

Liu Yuxia, Yuedan, *Comércio online de inglês*, Pequim, Imprensa da Universidade de Qinghua, dezembro de 2013.

Little, D. *Autonomia de alunos: Definições, Questões e Problemas* [M]. Dublin: Autêntico, 1991.

Luo Xiujuan, *Tabela de Investigação da Situação de Emprego de Licenciados de Português nas trinta empresas em 2015*, Changsha, Instituto de Línguas Estrangeiras de Hunan, 2015.

Meng Jian, *A Discussão sobre Renovação do Modo do Ensino*, Wuhan, Faculdade de Administração da Universidade de Wuhan, 2015.

Qiu Yannan, *O desenvolvimento do curso da escola: Escolha de meio do desenvolvimento profissional de professor de escola de formação profissional*, Xangai, Imprensa de Universidade Normal de Huadong, 2006.

Shi Zhongying, *A Reforma do Ensino e a Transformação do conhecimento*, Pequim, Imprensa do Jornal do Ensino da China, 2001.

Song WenGuan, *Conhecimento básico do comércio online*, Pequim, Imprensa de Ensino Superior, 2006.

Sun Jianzhong & Bai Fengxian, *Inglês Profissional do Comércio online*, Xangai, Imprensa da China Água & Energia, Outubro de 2009.

Tang Shangzhong, *A discussão da metodologia do curso de comércio online básico*, Zhongshan, Imprensa do Colégio Técnico de Indústria e Comércio de Zhongshan, 2014.

Tang Yun, *Guia de práticas do comércio online*, Pequim, Imprensa de Postar de Pessoas, 2011.

Thansoulas D. *O que é a autonomia do aluno e como se pode ser promovido?* [J/OL]. Oxford: OUP, 2003.

Tianshi, *o Impulso do Desenvolvimento do Comércio Online para a Economia*, Pequim, 2015, Capítulo III.

VVAA, *A aprendizagem autónoma e a criação da aprendizagem autónoma*, Pequim, Imprensa de Língua Estrangeira, pp. 24-27 , 2002.

VVAA, *Análise da expectativa de emprego de línguas poucas faladas*, Pequim, Ensino de Soho, 2015.

VVAA, *Análise selecionada do material manual da especialidade de comércio inglês*, Hebei, Pulicação da Instituto de Tangshan, 2008.

VVAA, *O Estudo na natureza das características chineses : a aproximação semiótica* Hong Kong, Univerisidade de Hong Kong (Pokfulam, Hong Kong) , 2016.

VVAA, *O valor do mercado do Alibaba no primeiro dia do comércio no mercado de ação*, Pequim, Finança de NetEase, 2014.

Wang Bing, Hu Tao & Wang Yan, *Comércio online de inglês da 3ª versão*, Pequim, Imprensa de Indústria electrónica, julho de 2012.

Wang Guizhen, *Discussão e Pesquisa do material da escola sob novo currículo: No aspecto da Reforma e Pesquisa*, Pequim, Imprensa do Jornal do Ensino da China, 2009.

Wu GangPing, *O desenvolvimento do curso da escola*, Pequim, Imprensa de Jornal de Educação da China, 2000.

Wu Yue & Wang Choudong, *A tendência do comércio online entre fronteiras e a promoção da atualização do comércio da China*, Xangai, Faculdade de Gestão de aduaneira do Colégio Aduaneiro de Xangai, 2014.

Xinhua, *O índice de Hangzhou do desenvolvimento de indústria do Comércio Online*, Hanghou, Jornal de Xinhua, outubro de 2015.

Xinlan, *A lista de nomes de assistentes do B20, Hangzhou, Estação de Televisão e Rádio de Zhejiang*, 2016.

Yang Guoying, *Os Novos Requisitos para Professores no Ensino do Comércio Online de Inglês*, Jornal Escolar da Escola de Educação na província de Jilin, Changchun, 2013.

Ying Zhiyan, *Política Chinesa para Comércio Online em Hangzhou na Cimeira do G20*, Hangzhou, Jornal Diário de Hangzhou, 2016.

Yu Shuigong, *O Relatório da Situação do desenvolvimento do Comércio Online da China em 2016*, Pequim, Rede de Expetativa, 2016.

Zeng Xiansheng, *Análise da Situação de Emprego da Especialidade de Português na China de 2015*, Pequim, Site de direção de emprego, 2015, Capítulo I.

Zhang JinKui, *Pesquisa do desenvolvimento do curso do Colégio de ferroviário técnico e profissional da Especialidade de Serviços ao passageiro*, Hebei, Imprensa de Universidade Normal de Hebei, 2011.

Zhang Juan, *Programas de Estudos do Curso Comércio Online da Faculdade Municipal de Lanzhou*, Lanzhou, Imprensa da Universidade da Cidade de Lanzhou, agosto de 2014.

Zhang Liyi, *Base do comércio online*, Wuhan, Imprensa de Universidade de Wuhan, 2006.

Zhang Tieming, *Teoria da Informação ensino*, Jiangsu, Imprensa de Ensino de Jiangsu, 1998.

Zhang Zhouping, *A Lista de dez cidades mais ativas do comércio online da China em 2014*, Pequim, Centro de Pesquisa do Comércio Online , 2015.

Zhao Xianglin & Wang Chengxu, *Trabalhos selecionados na educação de Dewey*, Xangai, Imprensa de Universidade Normal de Huadong, 1981.

Zhou Xushen, *Requisitos do Ensino de Inglês no Colégio*, Xangai, Imprensa de Secretaria de Educação Superior da China, 2004.

WEBLINKS

A Política orientadora do Governo Chinês na reunião do B20 (*B20 2016 Policy Recommendations to the G20*) , Link publicado em 10 de agosto de 2016.

<http://en.b20-china.org/documents/doc/1/2>

<http://upload.b20-china.org/upload/file/20160810/1470798300517026383.pdf>

Contexto e desenvolvimento internacional do Comércio Eletrônico da China em 2016,
Link publicado às 14:01 de 8 de março de 2016,

<http://www.chyxx.com/industry/201603/392592.html>

Análise do mercado do comércio online de português, com exemplo do Brasil
(E-Commerce in Brazil)

<http://bbs.paidai.com/topic/412174>

Cimeira do G20 em 2016: Jack Ma (Ma Yun), CEO do Grupo Alibaba, fala sobre a
Cidade de Hangzhou (G20 Summit 2016: What Jack Ma (Ma Yun) Say About Host
City Hangzhou, Link publicado em 26 de agosto de 2016 pela Joana Lee

<https://www.youtube.com/watch?v=W8C6mb1yvuQ>

Cimeira do G20 em 2016: O Comércio Eletrônico Internacional da China (inglês)
(G20 Summit 2016: Cross-border E-commerce China (English), Link publicado em 3
de setembro de 2016 pela Joana Lee

<https://www.youtube.com/watch?v=oY123L1uvc0>

Formulário_ Requisitos para a criação do curso novo de mestrado

https://www.capes.gov.br/images/stories/download/avaliacao/Criterios_APCNs_Ensin
[o.pdf](#)

NetBase – Investor Relations Home

<http://www.netease.com/phoenix.zhtml?c=122303&p=irol-IRHome>

Rayan Internacional Investimentos, Lda.

http://www.indexangola.com/empresas-e-negocios/rayan_investimento_angola_lda.html

Outras Referências:

Alibaba <http://www.alibaba.com> ou <http://www.taobao.com>

Amazon <http://www.amazon.com>

iciba <http://www.aiciba.com>

Macy's <http://www.macys.com>

Anexos

1. Olhos de águia, *Política Chinesa para Comércio Online em Hangzhou na Cimeira do G20*, Hangzhou, Jornal Diário de Hangzhou, 2016: O Presidente Xi Jinping disse: “A história antiga e as lendas culturais de Hangzhou atraem vários estrangeiros para estudarem ou trabalharem aqui. Hangzhou é uma cidade ativa, com a ebulição do desenvolvimento do comércio online, o que significa que Hangzhou é uma cidade mágica. As pessoas podem clicar no rato para fazer ligação a todo o mundo”.
2. Yu Shuigong, *Relatório da Situação do desenvolvimento do Comércio Online da China em 2016*, Pequim, Rede de Expectativa, 2016, (p. 1): Em 2010, só 3% do consumo pessoal vinha de compras online; em 2015, o número dos compradores cresceu três vezes mais do que em 2010, chegando a 410 milhões de RMB, representando 15% de valor do consumo total por pessoa.
3. Xinhua, *índice de Hangzhou do desenvolvimento de indústria do Comércio Online*, Hangzhou, Jornal de Xinhua, outubro de 2015: Dados mostram que o volume de transações do comércio online alcançou 1500 bilhões de RMB, ocupando um oitavo do volume total da China em 2015. As receitas do serviço de comércio online aumentou 17,5 vezes em sete anos.
4. NetEase, *O valor de mercado do Alibaba no primeiro dia de transações no mercado de ações*, Pequim, Finança de NetEase, 2014: No primeiro dia com presença no mercado de ações, o Alibaba aumentou 38% do volume e a capitalização de mercado chegou a 2.314 bilhões de dólares.

5. Xinlan, *A lista de nomes de participantes no B20, Hangzhou, Estação de Televisão e Rádio de Zhejiang*, 2016: 20 empresas de Zhejiang foram convidadas para a reunião B20, entre os quais, o Presidente Executivo da Associação das Empresas Chinesas em Portugal, o senhor Chen Jian cujos negócios se estendem a Lisboa e Porto.

6. Zhang Zhouping, *A Lista de dez cidades mais ativas do comércio online da China em 2014*, Centro de Pesquisa do Comércio Online, Pequim, 2015 (Capítulo I): Pequim como ponto de partida da experiência do cheque electrónico no âmbito do comércio online. O valor do comércio online internacional chegou a 110 milhões de RMB, estendendo-se a mais de 20 países. Pequim é a sede das empresas de comércio online com maior volume de negócios, incluindo recursos aéreos em Pequim e correios.

Xangai é uma das cidades pioneiras no setor do comércio online no país. Pelos dados analisados, no terceiro semestre em 2014, o volume total de negócios de Xangai atingiu os 90,66 bilhões de RMB, um aumento de 28,1% em comparação com o ano passado.

Shenzhen foi considerada uma das cidades modelo do comércio online. Nos cinco últimos anos, Shenzhen tem mantido uma taxa de crescimento de mais de 50%. O volume do comércio online das dez maiores empresas ocupa mais 90% do total da cidade.

7. Zeng, *Análise da Situação de Emprego da Especialidade de Português na China de 2015*, Pequim, 2015 (Capítulo I): A senhora Zhang estuda numa Instituição de Português em Guangzhou, sendo uma dos muitos alunos que voltam a estudar por causa do trabalho. “Sou funcionária duma companhia pertencente ao Estado. A minha especialidade é inglês, faço trabalhos de tradução de materiais ingleses e atendimento ao estrangeiro. Mas com o aumento de graduados de inglês, o meu trabalho é cada vez menor, o que reduz a minha importância na empresa. Já o projeto de cooperação com o Brasil e Angola funciona bem, apesar da falta de

recursos humanos. Por isso, quero aprender português para conseguir um posto mais importante na empresa. ”

8. *Análise da expectativa de emprego de línguas poucas faladas*, Pequim, Ensino de Soho, 2015, (p. 2): a Língua Portuguesa é a língua mais popular para os licenciados. A língua árabe ocupa a segunda posição.

10. Investigação da situação de emprego de licenciados de português em trinta empresas (2015)

| Nº | Conteúdo do estágio | Horas | Missão do trabalho | Competências profissionais e tarefas | |
|----|---------------------------------|--|--|--|--|
| | | | | Competências de posto e tarefas | Competências de português e tarefas |
| 1 | Secretário do comércio exterior | 24 semanas (Rotação de posto duas vezes) | 1. Serviço de prospeção de novos clientes 2. Serviço de compras 3. Serviço de posicionamento de mercado 4. Serviço de Análise das Preferências dos clientes 5. Processamento de informações de produtos online | 1. Ter uma certa compreensão sobre comércio exterior; 2. Capacidade de comunicação clara e fluente com o cliente em português; 3. Usar português qualificado para apresentar a empresa e os seus negócios, produtos, etc.; 5. Capacidade de manter boas relações de cooperação de longo prazo com os clientes; 6. Capacidade de pesquisa de mercado; 7. Capacidade de desenvolver programas de marketing; 8. Capacidade de upload e atualização de informação traduzida de produtos na Internet. | 1. Comunicação básica, capacidade de leitura e escrita em português; 2. Competências profissionais e realização de tradução entre a língua chinesa e portuguesa; 3. Conhecimento do vocabulário básico e expressões relacionadas com o comércio exterior; 4. Expressão fluente e conversa suave; 5. Capacidade de escrita numa estrutura clara, conteúdo detalhado e relatório de análise simples; 6. Excelente capacidade de processamento de operações de rede no computador; |
| 2 | Desenvolvedor de mercado | 24 semanas (Rotação de posto duas vezes) | 1. Desenvolvimento de novos produtos 2. Serviços de pesquisa de mercado 3. Serviços de | 1. Bom conhecimento do mercado português; 2. Forte capacidade de perceber e acompanhar as mudanças do mercado; 3. Capacidade de resumo e análise de dados; 4. Capacidade de produção e elaboração de vários tipos de | 1. Nível A2 de português (CAPLE), capacidade de comunicação, de leitura e escrita básica em português e competências profissionais de tradução entre chinês e português; 2. Conhecimento do vocabulário básico e |

| | | | | | |
|---|--|--|--|---|--|
| | | | acompanhamento de mercado | indicadores e relatórios, de apoio à tomada de decisões; 5. Conhecimento da dinâmica do mercado português através da Internet | expressões relacionados com o desenvolvimento de mercado; 3. Expressão fluente e conversa suave; 4. Capacidade de escrita numa estrutura clara, conteúdo detalhado e relatório de análise simples; |
| 3 | Vendedor de Comércio Exterior | 24 semanas (Rotação de posto três vezes) | 1. Serviços de documentação 2. Serviço de apoio ao cliente 3. Serviço de desenvolvimento de mercado 4. Serviço pós-venda | 1. Conhecimento básico sobre comércio exterior, capacidade de acompanhar negócios; 2. Capacidade linguística e de comunicação sólida para enviar e-mails ou fazer chamadas; 3. Capacidade de negócio (pedidos, assinatura de contratos) e proteção da relação com os clientes; 4. Retenção de clientes pela plataforma online da empresa. | 1. Capacidade de comunicação em português básico, capacidade de leitura e escrita em português e competências profissionais de tradução entre chinês e português; 2. Conhecimento do vocabulário básico e expressões relacionadas com o comércio exterior; 3. Expressão fluente e conversa suave; 4. Capacidade de escrita numa estrutura clara, conteúdo detalhado e envio de e-mails comerciais. |
| 4 | Serviço de apoio ao cliente em português | 24 semanas (Rotação de posto três vezes) | 1. Serviço de divulgação e edição de produtos 2. Serviços de análise do mercado 3. Serviço de apoio ao cliente 4. Serviço de proteção da conta de comerciante | 1. Português qualificado, forte capacidade de organização da linguagem; 2. Respostas prontas às questões colocadas e consultoria de clientes estrangeiros por e-mail; 3. Fortes capacidades de comunicação, de analisar e resolver problemas práticos; 4. Conhecimento das necessidades dos clientes através de plataformas (especialmente pela Internet) e fornecimento de soluções eficazes. | 1. Capacidade de comunicação em português básico, capacidade de leitura e escrita de português e competências profissionais de tradução entre chinês e português; 2. Conhecimento do vocabulário básico e expressões relacionadas com o comércio exterior; 3. Expressão fluente e conversa suave; 4. Capacidade de escrita numa estrutura clara, conteúdo detalhado e relatório de análise simples. |

11. Dunhuang, *Análise do mercado do Comércio Online entre fronteiras do Brasil*, Pequim, 2015 (Capítulo II): Os dados mostram que o volume de vendas online tem crescido a um ritmo de dois dígitos, com 28% em 2013, 22% em 2014, prevendo-se um valor de 5434 bilhões de dólares de vendas, sendo o maior mercado do comércio online no mundo.

No terceiro trimestre de 2014, a taxa de penetração de Internet aumentou 33% em relação ao ano anterior. Num inquérito com 1843 de respondentes realizado pela empresa de consultoria E-bit (Brasil), 38% de utilizadores da Internet fizeram compras online nos últimos doze meses. Até o início de 2015, 55% das compras online internacionais do Brasil veio da China.

Capítulo V: A pesquisa sobre as preferências dos consumidores brasileiros mostra que:

Os homens preferem comprar artigos de desporto.

Os compradores brasileiros gostam de partilhar artigos no Facebook.

Os compradores costumam conversar com os vendedores. Importa ter um serviço de apoio ao cliente em português.

12. Projeto do método de ensino (o processo do ensino em seis passos)

| Projeto e processo | Informação | Plano e decisão | Execução | Avaliação |
|---------------------------|--|--|--|---|
| Unidade 1 | 1. O professor atribui a tarefa, declara o âmbito de leitura e apresenta conhecimentos básicos relativos. 2. Os alunos recebem informações básicas. | 1. O professor explica métodos, comunica e promove a discussão. 2. Os alunos definem em grupo os passos de execução. 3. O professor define os passos finais. | 1. Os alunos executam de acordo com as exigências. 2. O professor resolve problemas durante a execução. | 1. Os alunos compilam conhecimentos relevantes. 2. O professor realiza uma avaliação abrangente. |

13. Tabela de organização do curso

| (2) Tabela do projeto de criação de talentos sub-semester | | | | | | | |
|---|--------|--|------------------------|--------------|--------|---------|----------------|
| Semestres | Número | Nome do curso | Ponto de classificação | Horas totais | Teoria | Prática | Horas Semanais |
| Primeiro semestre | 1 | Fonética de português I | 2 | 30 | 20 | 10 | 2 |
| | 2 | Português básico I | 6 | 60 | 76 | 14 | 6 |
| | 3 | Audição de português básica I | 2 | 30 | 20 | 10 | 2 |
| | 4 | Conversação básica I | 4 | 60 | 50 | 10 | 4 |
| Segundo semestre | 1 | Fonética de português II | 2 | 30 | 20 | 20 | 2 |
| | 2 | Português básico II | 6 | 60 | 56 | 40 | 6 |
| | 3 | Audição de português básica II | 4 | 30 | 20 | 20 | 4 |
| | 4 | Conversação básica II | 4 | 60 | 40 | 20 | 4 |
| Terceiro semestre | 1 | Português intermédio I | 2 | 30 | 20 | 10 | 2 |
| | 2 | A Situação Geral dos Países Lusófonos | 6 | 90 | 76 | 14 | 6 |
| | 3 | Operações em computador de comércio exterior | 2 | 30 | 20 | 10 | 2 |
| | 4 | Cultura de turismo em Hunan em português | 4 | 60 | 50 | 10 | 4 |
| Último semestre | 1 | Português intermédio II | 4 | 40 | 10 | 40 | 2 |
| | 2 | Treino de tradução | 4 | 40 | 24 | 54 | 6 |
| | 3 | Conversação comercial | 2 | 30 | 20 | 20 | 2 |
| | 4 | Gramática | 4 | 60 | 10 | 60 | 4 |

14. Modos e critérios de avaliação do curso

| Número | Modo de avaliação | Conteúdo de avaliação | Percentagem(%) |
|--------|----------------------------------|--|----------------|
| 1 | Avaliação do processo | 1. Avaliação de competências profissionais e grau de conclusão de tarefas na aula 2. Avaliação da capacidade social | 20 |
| 2 | Avaliação do exame escrito final | 1. Capacidade de utilização de português profissional 2. Base de Português Público | 60 |
| 3 | Avaliação das presenças | 1. Desempenho habitual na aula 2. Percentagem de presenças | 20 |
| 4 | Nota Final | | 100 |